

CADRE ET PRATIQUES DE COMMUNICATION FINANCIÈRE

ÉDITION 2018

Réalisé par _____

BREDIN PRAT

 **cliff**
Investor Relations


pwc

Ce document a été réalisé par

BREDIN PRAT

Bredin Prat est composé de cent-soixante-dix avocats français, anglais ou américains et a concentré son activité sur certains domaines du droit des affaires. Très présent dans les opérations de fusions-acquisitions et sur les questions de droit boursier, son activité est également particulièrement développée pour ce qui concerne le droit de la concurrence français et européen, le droit social, le droit public, le droit fiscal, le financement, le contentieux attaché à ces matières et l'arbitrage international.

www.bredinprat.com



Créé en 1987, le Cliff est l'association française des professionnels de la communication financière. Il regroupe 240 membres issus de sociétés cotées, représentant plus de 90 % de la capitalisation boursière de la Place de Paris, ainsi que des consultants et des experts dans des domaines liés à la communication financière. À ce titre, le Cliff est une institution reconnue en France. Il participe à la valorisation de la profession grâce à ses activités favorisant le partage d'expériences, d'expertises et de nouveautés, grâce également à son programme de formation unique en partenariat avec l'Université Paris-Dauphine et à sa contribution au guide annuel « Cadre et Pratiques de Communication Financière ».

www.cliff.asso.fr



PwC développe en France et dans les pays francophones d'Afrique des missions de conseil, d'audit et d'expertise comptable, privilégiant des approches sectorielles.

Plus de 236 000 personnes dans 158 pays à travers le réseau international de PwC partagent solutions, expertises et perspectives innovantes au bénéfice de la qualité de service pour clients et partenaires. Les entités françaises et des pays francophones d'Afrique membres de PwC rassemblent 6 400 personnes couvrant 23 pays. Rendez-vous sur www.pwc.fr

En se mobilisant au quotidien pour conseiller et accompagner ses clients dans leur réussite, PwC contribue à la dynamique de l'économie française. À travers ses études et ses analyses d'experts, PwC s'engage également à anticiper les économies du futur et à développer les nouveaux usages technologiques. Enfin, en apportant des solutions pour maîtriser les risques, PwC crée de la confiance entre les acteurs et sécurise le cœur de l'économie française.

PwC France a lancé le mouvement #LetsgoFrance pour valoriser tous ceux qui travaillent à la réussite de l'économie française. Rejoignez-nous et agissons ensemble : www.letsgofrance.fr

En 2017, PwC a remporté pour la deuxième année consécutive le prix « Audit Innovation of the Year » qui témoigne de son engagement en matière d'innovations technologiques pour améliorer la qualité de l'audit et la valeur ajoutée apportée à ses clients.

« PwC » fait référence au réseau PwC et/ou à une ou plusieurs de ses entités membres, dont chacune constitue une entité juridique distincte. Pour plus d'informations, rendez-vous sur le site www.pwc.com/structure

Contact : cliff@cliff.asso.fr

CADRE ET PRATIQUES DE COMMUNICATION FINANCIÈRE

La présente version complète l'édition originale d'avril 2008, avec les nouveautés réglementaires introduites jusqu'à mai 2018.

La version électronique de ce guide comprend, en partie 2, des exemples de communiqués de presse qui illustrent différentes situations de communication financière.

*Édition originale Avril 2008
Mise à jour Mai 2018*

Préface

Robert Ophèle - Président de l'AMF

Depuis plusieurs années déjà le guide de l'OCF accompagne les sociétés cotées dans la pratique de leur communication financière.

Devenu un outil indispensable pour les Responsables des Relations Investisseurs comme pour les autres acteurs de la communication financière (agences, conseils...) le guide s'actualise chaque année pour prendre en compte les évolutions issues des domaines législatif et réglementaire. Bien plus qu'un recueil de textes, il apporte à ses utilisateurs une vision pratique et des réponses opérationnelles aux questions qui peuvent se poser.

Parmi les grandes évolutions qui se dessinent, la dimension extra-financière et son intégration de plus en plus forte dans la stratégie des entreprises apparaît comme une tendance de fond qui devrait impacter plus largement encore la communication financière des sociétés cotées.

Qu'il s'agisse de déclaration de performance extra-financière, de corruption (Loi Sapin II), du devoir de vigilance sur la chaîne d'approvisionnement ou bien encore de transition énergétique, l'ensemble du dispositif conduit à un renforcement des obligations en matière de RSE.

Ce renforcement des obligations s'accompagne d'un changement de paradigme important puisque la déclaration de performance extra-financière à publier en 2019 au titre de 2018, devra notamment contenir une présentation du modèle d'affaires, les principaux risques sur les grandes thématiques sociales et environnementales et des indicateurs clé de performance.

Ainsi posées, les exigences réglementaires consacrent donc la RSE parmi les éléments qui participent à la création de valeur et à la performance globale des entreprises et invitent les sociétés à faire un lien plus direct entre le financier et l'extra-financier. Cet exercice, auquel certaines entreprises se sont déjà livrées en produisant un rapport intégré, impose aux sociétés cotées de repenser leur communication pour l'appréhender dans un ensemble plus large et plus cohérent sur un horizon de temps moyen/long terme sans perdre de vue le critère essentiel de la matérialité.

À cet égard, il semble que les sociétés cotées auront à relever plusieurs défis dans la communication qu'elles vont délivrer au marché :

- assurer une cohérence d'ensemble, et dans la durée, dans l'articulation des informations financières et extra-financières ;
- trouver les bons métriques et publier un nombre d'indicateurs limités.

De façon générale, les entreprises devront rester attentives aux évolutions des pratiques de leurs pairs et de la réglementation. La Commission Européenne ayant annoncé en mars 2018 une série de mesures en faveur de la finance durable dont la mise en place d'une taxonomie.

L'AMF souhaite accompagner ce mouvement et a inscrit la finance durable dans les grandes orientations de son plan stratégique 2018-2022.

En 2018, elle sera donc attentive à l'information produite par les sociétés dans ces domaines en contrôlant la complétude d'une part et la cohérence d'autre part. Même s'il s'agit, dans cette première étape, d'une ambition encore mesurée consistant à observer, à analyser et gagner en expertise elle est indispensable pour donner de solides fondations à une étape ultérieure plus prescriptive.

Juin 2018

Préface

Chris Hollis, Directeur de la Communication Financière
de LVMH, Président du Cliff*

Nous avons célébré en 2017 la dixième édition du guide de L'Observatoire de la Communication Financière, structure collégiale composée de représentants de Bredin Prat, du Cliff, d'Euronext, de PwC et de la SFAF. L'OCF a œuvré, de 2005 à 2018 pour promouvoir les meilleures pratiques en matière de communication financière.

Désormais, « Cadre et Pratiques de Communication Financière » sera publié par ses réalisateurs effectifs que sont Bredin Prat, le Cliff et PwC. Nous remercions Euronext et la SFAF pour leur soutien durant toutes ces années au cours desquelles la réglementation de la communication financière n'a cessé d'évoluer et de se renforcer, couvrant un périmètre de plus en plus large, entraînant nos pratiques dans son sillage.

Cette publication au service des émetteurs se veut en toute simplicité, synthétique et pédagogique. Elle ambitionne de permettre à ses utilisateurs de répondre de façon pertinente à leurs besoins quotidiens en matière de communication financière en leur fournissant les réponses essentielles à l'exercice de leurs obligations.

Ce guide est également traduit en anglais afin d'atteindre une audience internationale.

Les évolutions dans l'édition 2017 avaient été nombreuses, avec les conséquences sur la communication financière de l'entrée en application du Règlement européen sur les abus de marché ou encore celles de l'entrée en vigueur de la loi Sapin II. En attendant les nouveautés en matière d'information extra-financière pour 2019, cette édition 2018 comprend quelques évolutions néanmoins significatives, telles le remplacement du Rapport du Président par le Rapport sur le gouvernement d'entreprise, l'apparition dans le rapport de gestion du rapport sur le devoir de vigilance, déjà la nouvelle déclaration de performance extra-financière, les nouvelles dispositions sur le dépôt de l'information réglementée et du document de référence, des nouveautés relatives à l'archivage de l'information réglementée issue de la Directive Transparence, celles liées au Règlement Prospectus, la mise à jour des *Guidelines* de l'ESMA sur les indicateurs alternatifs de performance, les nouvelles règles de vote sur le *Say on Pay*, l'actualisation de la recommandation AMF sur les AG, les premiers impacts potentiels de l'entrée en vigueur de Mifid II, sans oublier quelques exemples de sanctions de l'AMF ou encore les nouveautés pour les PME/ETI.

Depuis 2017, ce guide est enrichi en annexe d'un lexique des termes employés en communication financière.

* Olivier Psaume,
Directeur des
Relations
Investisseurs de
SOPRA STERIA,
lui a succédé
le 4 juin 2018.

En tant que manuel de référence en matière de communication financière, la vocation du guide « Cadre et Pratiques de Communication Financière » est d'aider les divers intervenants de la communication financière, dirigeants, responsables des relations investisseurs chez les émetteurs, mais aussi tous les acteurs et intervenants des marchés financiers. Ce guide soulève parfois les difficultés d'application des règles et met en évidence la nécessité du travail conjoint des autorités des marchés avec l'ensemble des parties prenantes, afin que la réglementation soit pragmatique et réponde ainsi aux besoins de transparence et à l'amélioration des meilleures pratiques de la Place de Paris.

Bonne lecture.

Juin 2018

Introduction

La communication financière est un élément clé de la transparence du marché et constitue une condition essentielle de la confiance des investisseurs, de la crédibilité et de la qualité d'une place financière dans son ensemble.

Le cadre de la communication financière des émetteurs a profondément évolué ces dernières années avec la multiplication des obligations et des supports d'information ainsi que la diversification des publics financiers.

La réglementation de la communication financière est par ailleurs marquée par une grande hétérogénéité : des règles très précises encadrent certains aspects de la communication financière de l'émetteur quand d'autres aspects sont régis par l'application de grands principes appréciés sous la responsabilité de l'émetteur.

Les exigences accrues des marchés financiers en termes de transparence ainsi que la complexité croissante des contraintes réglementaires pesant sur les émetteurs en matière d'information financière - marquées en particulier par la multiplicité et la superposition des textes - ont conduit les sociétés cotées les plus importantes à structurer leur communication financière et extra financière au sein de départements dédiés dont les responsabilités n'ont cessé de s'élargir au cours des dernières années et dont les fonctions sont en perpétuelle évolution.

Dans ce contexte, il est apparu important que toute personne participant à l'élaboration de la communication financière de l'émetteur ait à sa disposition un répertoire des pratiques observables sur le marché.

Le guide «Cadre et Pratiques de Communication Financière» a ainsi été principalement conçu comme un outil didactique à destination des dirigeants et des personnes en charge de la communication financière au sein des entreprises cotées.

L'idée générale ayant présidé à l'élaboration de ce guide est de définir le niveau d'information qui peut être raisonnablement communiqué au marché pour répondre à ses attentes en tentant de limiter l'exposition de l'émetteur, au risque de voir sa responsabilité et celle de ses dirigeants mises en jeu. La vocation première de cet ouvrage est ainsi d'aider les dirigeants des sociétés cotées à prendre, en toute connaissance de cause, les décisions qui s'imposent en matière de communication financière.

La première partie de ce guide est consacrée aux principes généraux de la communication financière ; la deuxième partie présente le cadre de la communication financière et les différentes circonstances de sa mise en œuvre ; enfin, la troisième partie s'intéresse aux pratiques de communication financière.

Sommaire

| | |
|---|-----------|
| Introduction | 8 |
| 1. Principes Généraux de Communication Financière | 12 |
| 1 Notions d'information permanente, d'information périodique et d'information réglementée | 14 |
| 2 Principe d'égalité d'information entre les investisseurs | 17 |
| 3 Principe d'homogénéité de l'information | 18 |
| 4 Diffusion d'une information exacte, précise et sincère | 19 |
| 5 Obligation de communiquer au marché les « informations privilégiées » concernant l'émetteur | 19 |
| 6 Diffusion effective et intégrale de l'information réglementée | 24 |
| 7 Archivage et transparence de l'information réglementée | 25 |
| 8 Langue de la communication financière | 26 |
| 2. Cadre de Communication Financière | 30 |
| 1 Publications périodiques | 33 |
| 2 Publication d'informations prospectives ou estimées | 56 |
| 3 Événements liés à l'activité de l'entreprise | 60 |
| 4 Gouvernement d'entreprise | 63 |
| 5 Événements relatifs à l'actionnariat | 74 |
| 6 Risques et litiges | 84 |
| 7 Rumeurs et fuites | 87 |
| 8 Opérations de fusion - acquisition | 87 |
| 9 Opérations financières | 103 |

| | |
|--|-----|
| 3. Pratiques de Communication Financière | 115 |
| 1 ■ Calendrier et organisation | 118 |
| 2 ■ Marketing financier et ciblage | 126 |
| 3 ■ Mise en œuvre de la communication financière | 132 |
| 4 ■ Remontée de la perception du marché auprès du <i>management</i> | 148 |
| Annexe sur le Document de référence | 151 |
| Index des textes réglementaires en matière d'information financière | 161 |
| Index alphabétique | 168 |
| Lexique | 174 |

1

Principes Généraux de Communication Financière

Par-delà la diversité des situations de communication, il est possible de dégager certains principes généraux applicables en matière d'information financière dont les plus importants sont décrits ci-après.

| | | |
|----------|--|----|
| 1 | Notions d'information permanente, d'information périodique et d'information réglementée | 14 |
| | Information périodique | 14 |
| | Information permanente | 15 |
| | Information réglementée | 16 |
| | Information liée à une opération | 17 |
| 2 | Principe d'égalité d'information entre les investisseurs | 17 |
| 3 | Principe d'homogénéité de l'information | 18 |
| 4 | Diffusion d'une information exacte, précise et sincère | 19 |
| 5 | Obligation de communiquer au marché les « informations privilégiées » concernant l'émetteur | 19 |
| 6 | Diffusion effective et intégrale de l'information réglementée | 24 |
| 7 | Archivage et transparence de l'information réglementée | 25 |
| 8 | Langue de la communication financière | 26 |
| | Information réglementée | 27 |
| | Prospectus | 27 |
| | Autres informations diffusées par l'émetteur | 29 |

1 ■ NOTIONS D'INFORMATION PERMANENTE, D'INFORMATION PÉRIODIQUE ET D'INFORMATION RÉGLEMENTÉE

L'information financière fait l'objet d'une réglementation complète - et souvent complexe - qui distingue principalement (i) « information périodique », (ii) « information permanente » et (iii) « information réglementée » auxquelles il convient d'ajouter (iv) l'information spécifique liée à une opération.

L'AMF a publié en octobre 2016 une cartographie des différentes obligations d'informations pesant sur les sociétés cotées (position-recommandation AMF n°2016-08, Guide de l'information permanente et de la gestion de l'information privilégiée, p. 3 et position-recommandation AMF n°2016-05, Guide de l'information périodique des sociétés cotées sur un marché réglementé, p. 3).

Les émetteurs « valeurs moyennes » (les émetteurs des compartiments B et C d'Euronext et d'Euronext Growth) se référeront utilement (i) au vade-mecum de la doctrine de l'AMF à destination des valeurs moyennes pour une présentation des principales règles en matière de communication et d'information financière publié en novembre 2016 et (ii) au guide publié le 23 octobre 2017 par l'AMF à l'attention des PME et des entreprises de taille intermédiaire (ETI) aux fins de présenter les principales règles boursières et de droit des sociétés qui leur sont applicables. Ce guide pratique, organisé par thématique et décliné selon le marché de cotation, aborde notamment les modalités et les délais de publication de l'information financière, la nature des informations à communiquer ou encore les règles relatives au gouvernement d'entreprise¹.

INFORMATION PÉRIODIQUE

L'information périodique regroupe les informations données par les sociétés dont les titres sont admis aux négociations sur un marché réglementé en France ou au sein de l'Union Européenne dès lors qu'elles entrent dans le champ de compétence de l'AMF, à échéances régulières, sur une base annuelle et semestrielle de façon obligatoire, et trimestrielle de façon facultative. Elle comprend notamment l'obligation de publier un rapport financier annuel et un rapport financier semestriel dans des conditions déterminées par le Règlement général de l'AMF² ainsi que de déposer le rapport de gestion annuel de l'émetteur (et ses annexes) prévu par le Code de commerce³ au Greffe du Tribunal de commerce.

L'AMF a publié le 26 octobre 2016 un guide de l'information périodique des sociétés cotées sur un marché réglementé⁴ ayant pour objet de rappeler les principales obligations des sociétés cotées relatives à l'information périodique et de regrouper dans un document unique les positions et recommandations de l'AMF et de l'European Securities and Market Association (« ESMA ») en la matière.

1 - « Panorama synthétique des principales obligations des émetteurs – Guide à destination des ETI/PME – Obligations sur les marchés Euronext et Euronext Growth (ex Alternext) ».

2 - Articles L. 451-1-2 et suivants du Code monétaire et financier.

3 - Article L. 232-1 II du Code de commerce.

4 - Position-recommandation AMF n° 2016-05 ; Guide AMF de l'information périodique des sociétés cotées sur un marché réglementé.

Il est rappelé que les obligations d'information périodique des sociétés dont les titres sont cotés sur un système multilatéral de négociation (comme Euronext Growth ou Euronext Access⁵) ne relèvent pas de la réglementation boursière mais uniquement des règles du marché concerné. Les sociétés dont les titres sont cotés sur Euronext Growth trouveront néanmoins dans la dernière section du guide ci-dessus mentionné (Position-recommandation AMF n° 2016-05) une présentation succincte des obligations d'information périodique les concernant.

INFORMATION PERMANENTE

L'information permanente est l'information diffusée par toute entité dont les titres sont admis aux négociations sur un marché réglementé ou sur un système multilatéral de négociation organisé en application de l'obligation qui leur est faite de porter dès que possible à la connaissance du public, toute information précise non publique les concernant susceptible, si elle était rendue publique, d'avoir une influence sensible sur leur cours de bourse. Relèvent également de l'information permanente les déclarations de franchissement de seuils ou encore les déclarations relatives aux transactions effectuées sur les titres d'un émetteur par ses dirigeants. L'information permanente constitue un outil indispensable à la transparence du marché des valeurs mobilières : elle ne peut être assurée efficacement que si, indépendamment de la communication des informations à caractère périodique, les investisseurs ont connaissance de tous les faits nouveaux importants susceptibles de provoquer une variation sensible du cours de bourse.

Les obligations pesant sur les émetteurs au titre de l'information permanente résultent principalement du Règlement européen sur les abus de marché n° 596/2014 (dit « Règlement Abus de marché », entré en application le 3 juillet 2016) et des articles 223-1 A et suivants du Règlement général de l'AMF. L'AMF a publié le 26 octobre 2016 un guide de l'information permanente et de la gestion de l'information privilégiée⁶ ayant pour objectif d'actualiser la doctrine applicable aux émetteurs suite à l'entrée en application du Règlement Abus de marché et de regrouper, dans un seul guide, les positions et recommandations déjà publiées sur le sujet par l'AMF et l'ESMA. Ce guide est dédié aux émetteurs dont les titres financiers sont admis ou font l'objet d'une demande d'admission aux négociations sur un marché réglementé (Euronext Paris) ou sur un système multilatéral de négociation (Euronext Growth et Euronext Access).

Euronext Access est un système multilatéral de négociation existant à Paris, à Bruxelles et à Lisbonne géré par l'opérateur de marché d'Euronext (Euronext Paris SA pour Euronext Access à Paris). Ce marché répond aux besoins d'entreprises encore trop jeunes ou trop petites pour être cotées sur l'un des compartiments des marchés réglementés européens d'Euronext ou sur Euronext Growth. Plus de 200 sociétés sont cotées sur Euronext Access à Paris à ce jour. Un nouveau compartiment appelé « Euronext Access + » a été créé en juin 2017 au sein de ce marché. Ce compartiment est destiné aux start-ups et aux PME en croissance et leur sert de tremplin vers les autres marchés d'Euronext en leur permettant de se structurer et de se préparer à de nouvelles étapes de croissance, notamment en termes de communication et de transparence.

5 - Depuis le 19 juin 2017, Alternext est désigné sous le nom d'« Euronext Growth » et le Marché Libre sous le nom d'« Euronext Access » (Décision AMF du 23 mai 2017).

6 – Position recommandation AMF n° 2016-08 ; Guide AMF de l'information permanente et de la gestion de l'information privilégiée.

INFORMATION RÉGLEMENTÉE

Les documents et les informations publiés au titre de l'information périodique et de l'information permanente constituent des « **informations réglementées** » dont le mode de diffusion au public fait l'objet d'une réglementation spécifique prévue par le Règlement général de l'AMF.

Le contenu de cette information réglementée, qui sera détaillé dans ce guide, diffère selon que les titres de l'émetteur sont admis aux négociations sur un marché réglementé ou sur un système multilatéral organisé.

Dans le premier cas, lorsque les titres sont négociés sur un marché réglementé (tel Euronext Paris), l'information réglementée comprend les documents et informations suivants, énumérés à l'article 221-1 du Règlement général de l'AMF :

- le rapport financier annuel ;
- le rapport financier semestriel ;
- le rapport sur les paiements aux gouvernements prévu à l'article L. 225-102-3 du Code de commerce ;
- le rapport du conseil d'administration ou de surveillance sur le gouvernement d'entreprise prévu aux articles L 225-37 et L 225-68 du Code de commerce⁷ ainsi que le rapport des commissaires aux comptes sur le rapport précité ;
- l'information relative au nombre total de droits de vote et au nombre d'actions composant le capital social ;
- le descriptif des programmes de rachat d'actions ;
- le communiqué précisant les modalités de mise à disposition d'un prospectus ;
- l'information privilégiée publiée en application de l'article 17 du Règlement Abus de marché⁸ ;
- le communiqué précisant les modalités de mise à disposition des actionnaires ou de consultation par ces derniers des informations devant être mises à disposition des actionnaires préalablement à l'Assemblée générale (documents listés à l'article R. 225-83 du Code de commerce) ;
- les informations prévues à l'article 223-21 du Règlement général de l'AMF (toute modification des droits attachés aux différentes catégories d'actions, ou modification des conditions de l'émission susceptible d'avoir une incidence directe sur les droits des porteurs d'instruments financiers autres que des actions) ;
- la déclaration relative à l'autorité compétente pour le contrôle de l'information réglementée ;
- les informations relatives aux franchissements de seuils devant être transmises à l'AMF.

Dans le second cas, lorsque les titres ne sont négociés que sur Euronext Growth ou Euronext Access, le terme « information réglementée » désigne seulement :

- le descriptif des programmes de rachat ;
- le communiqué précisant les modalités de mise à disposition d'un prospectus ; et
- l'information privilégiée publiée en application de l'article 17 du Règlement Abus de marché.

Les émetteurs et diffuseurs professionnels se référeront utilement au Guide relatif au dépôt de l'information réglementée auprès de l'AMF et à sa diffusion publié par l'AMF

7 – L'ordonnance n° 2017-1162 du 12 juillet 2017 modifie les obligations d'information des SA et SCA en réorganisant le rapport de gestion et le rapport sur le gouvernement d'entreprise que l'ordonnance substitue au rapport du président pour les exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2017.

8 – L'information financière trimestrielle, facultative depuis le 1^{er} janvier 2015, n'est plus constitutive en tant que telle d'une information réglementée, mais peut être constitutive d'une information privilégiée (voir Partie 2, Section 1 « Publication des Informations trimestrielles ou intermédiaires ») et devra dès lors donner lieu à une publication au titre de l'information permanente (voir Partie 1, Section 5, « Obligation de communiquer au marché les informations privilégiées concernant l'émetteur »).

le 15 avril 2013 pour davantage de précisions sur les modalités pratiques de dépôt de l'information réglementée auprès de l'AMF. Ce guide s'accompagne de l'instruction AMF n° 2007-03 concernant le dépôt de l'information réglementée par voie électronique.

INFORMATION LIÉE À UNE OPÉRATION

Enfin, au-delà de l'information périodique et de l'information permanente, il convient de rappeler que les émetteurs sont tenus de procéder à une **information du marché en cas d'opération**. Il s'agira par exemple de la publication d'un prospectus en cas d'offre au public ou d'admission aux négociations sur un marché réglementé. Les émetteurs sont également tenus au respect de certaines obligations d'information spécifiques au titre de la réglementation des offres publiques (notamment l'obligation pour l'initiateur et la société cible de publier une note d'information et éventuellement une note en réponse).

2 | PRINCIPE D'ÉGALITÉ D'INFORMATION ENTRE LES INVESTISSEURS

Afin d'assurer une parfaite égalité d'information entre les investisseurs, l'émetteur qui communique une information privilégiée à un tiers⁹ non tenu d'une obligation de confidentialité doit en assurer une diffusion effective et intégrale, soit simultanément en cas de communication intentionnelle, soit le plus rapidement possible en cas de communication non intentionnelle (l'émetteur sera par exemple tenu de diffuser publiquement l'information considérée en cas de communication d'une information confidentielle à un analyste au cours d'un entretien individuel, ou au cours d'un *roadshow*). Les émetteurs disposant sur leur site Internet d'un espace d'information restreint aux membres de leur club d'actionnaires doivent ainsi se montrer particulièrement vigilants.

Par ailleurs, dans le même souci d'égalité, l'information diffusée doit être **accessible à l'ensemble des investisseurs au même moment**, afin d'éviter que ne se crée une asymétrie d'information qui avantagerait certains investisseurs au détriment des autres¹⁰.

Ainsi, dans l'hypothèse où l'émetteur ou certaines de ses filiales sont cotés à l'étranger, les informations doivent être **diffusées de manière simultanée en France et à l'étranger**. Il convient de noter que ce principe doit s'appliquer tant pour la diffusion d'une information par la voie d'un communiqué de presse qu'en cas de notification ou de dépôt d'un document, auprès d'une autorité étrangère (par exemple l'enregistrement du 6-K aux États-Unis).

Il est également recommandé aux émetteurs de diffuser les informations financières **en dehors des horaires d'ouverture de la bourse** afin de permettre à l'ensemble des investisseurs d'assimiler l'information diffusée avant la reprise des cotations et d'éviter une variation brutale du cours de bourse de l'émetteur. À cet égard, si la transposition en droit français des dispositions de la Directive sur les marchés d'instruments financiers

9 - Même en l'absence de communication d'une information privilégiée, la simple recommandation faite à un tiers sur la base d'une information privilégiée peut caractériser un délit d'initié (Sanc. AMF, 16 avril 2013 confirmé par Conseil d'État, 10 juillet 2015, n° 369454 1^{re} et 6^e sous-sections).

10 - Article 223-10-1 du Règlement général de l'AMF.

(«**Directive MIF**») a mis fin à l'obligation de concentration des ordres de bourse sur les marchés réglementés et consacré des modes alternatifs d'exécution des ordres, l'essentiel des transactions sur les titres des émetteurs français cotés sur Euronext Paris continue à y être réalisé. Dans ces conditions, les horaires de clôture et d'ouverture de la cotation des titres financiers sur Euronext Paris continuent de constituer un référentiel pertinent pour la publication, par les sociétés cotées sur Euronext Paris, des informations les concernant.

En cas de multi-cotation, il est recommandé à l'émetteur d'adapter sa politique de diffusion pour éviter de divulguer des faits nouveaux importants pendant que le marché est ouvert.

Néanmoins, il est d'usage pour les sociétés françaises de se référer aux horaires de cotation d'Euronext Paris, celles-ci conservant toutefois la possibilité de se référer à une autre place de cotation.

Enfin, pour préserver le principe d'égalité d'information des investisseurs, en cas de participation significative de l'émetteur dans une autre société cotée, il importe que les calendriers de communication de l'émetteur et de celle-ci soient coordonnés.

3 ■ PRINCIPE D'HOMOGENÉITÉ DE L'INFORMATION

En vertu du principe d'homogénéité de l'information, l'opportunité de communiquer une information doit être appréciée par l'émetteur en fonction de ses **pratiques antérieures et de l'historique de ses communications**, afin d'éviter d'induire en erreur les investisseurs. En particulier, l'émetteur doit réserver un **traitement identique**, en termes de communication, aux informations susceptibles d'impacter le cours de son titre à la hausse et à la baisse.

En application du principe d'homogénéité de l'information, l'émetteur doit également s'assurer de la **cohérence** de l'ensemble des informations qu'il diffuse, quels que soient la date, le support et les destinataires de la diffusion. En particulier, l'information financière diffusée par voie de presse écrite doit être cohérente avec les informations diffusées par voie électronique. Cette exigence de cohérence implique la mise en place par l'émetteur, au niveau du groupe, d'un contrôle préalable et d'une centralisation de l'information diffusée.

Enfin, en application du principe d'homogénéité de l'information, si l'émetteur choisit de communiquer des indicateurs en complément de ceux directement issus de ses états financiers (indicateurs alternatifs de performance) ou une information sectorielle, il devra s'assurer de leur cohérence dans le temps. Elle peut évoluer en fonction des changements stratégiques opérés par l'émetteur mais doit être expliquée dans l'ensemble des supports de cette information¹¹.

4 ■ DIFFUSION D'UNE INFORMATION EXACTE, PRÉCISE ET SINCÈRE

L'information délivrée au public par les émetteurs doit **être exacte, précise et sincère**¹². Ces exigences s'appliquent tant aux informations dont la communication est obligatoire au titre de la réglementation qu'aux informations communiquées par l'émetteur sur une base purement volontaire. L'exactitude, la précision et la sincérité des informations s'apprécient à la date de leur communication.

L'information délivrée au public par l'émetteur doit être **exacte**¹², c'est-à-dire exempte d'erreurs mais elle doit aussi être **précise**¹², c'est-à-dire que l'émetteur doit communiquer au marché, de façon univoque, l'ensemble des éléments relatifs à l'événement qui fait l'objet de la communication afin de permettre au marché d'apprécier l'impact de cet événement sur la situation et les perspectives de l'émetteur. Cette exigence de précision correspond à celle d'une information complète : la précision diffère de l'exactitude en ce qu'une information en elle-même exacte pourrait être imprécise si l'émetteur a par ailleurs omis de communiquer une autre information ou un élément d'information qui aurait été susceptible de modifier l'appréciation de sa situation par le marché¹³. Cependant, la seule imprécision d'une information n'est pas en elle-même constitutive d'un manquement¹⁴.

L'information divulguée par l'émetteur doit être **sincère**¹². La sincérité de l'information délivrée par l'émetteur implique que soient communiqués tant les éléments positifs que les éléments négatifs afférents à l'information considérée. Ceci rejoint le principe d'homogénéité de l'information précédemment énoncé.

5 ■ OBLIGATION DE COMMUNIQUER AU MARCHÉ LES « INFORMATIONS PRIVILÉGIÉES » CONCERNANT L'ÉMETTEUR

En matière d'**information périodique**, ou **lorsque la réglementation prévoit spécifiquement une situation dans laquelle un émetteur doit communiquer**, le fait générateur de l'obligation de communiquer repose sur un ou plusieurs **critères objectifs**, ne laissant place à **aucune appréciation de la part de l'émetteur**. Ce dernier devra, sans hésitation, publier un rapport financier annuel au titre de chaque exercice social (information périodique) ou encore publier un prospectus en cas d'offre au public ou d'admission aux négociations sur un marché réglementé, sous réserve des cas d'exemption.

À l'inverse, en matière d'**information permanente**, il est de la **responsabilité de l'émetteur** de déterminer s'il est tenu ou non de communiquer une information au public en application des principes contenus dans le Règlement Abus de marché.

12 - Article 223-1 du Règlement général de l'AMF, cf. également considérant 47 du Règlement Abus de marché.

13 - Position-recommandation AMF n°2016-08 « Guide de l'information permanente et de la gestion de l'information privilégiée » (§ 1.5.1) ; cf. également Cass. Com., 18/11/2008, n° 08-10.246.

14 - En effet, en application des **articles 12 et 15 du Règlement Abus de marché**, lesquels constituent désormais le fondement réprimant les manquements à la qualité de l'information communiquée au public, **deux éléments supplémentaires sont requis** : (i) la circonstance « que les informations litigieuses donnent ou soient susceptibles de donner des indications fausses ou trompeuses », « en ce qui concerne l'offre, la demande ou le cours d'un instrument financier [...] ou fixent ou soient susceptibles de fixer à un niveau anormal ou artificiel le cours d'un ou de plusieurs instruments financiers » et (ii) l'exigence d'une « connaissance, avérée ou supposée, du caractère faux ou trompeur de l'information diffusée » (AMF, Commission des sanctions, 2 novembre 2017, SAN-2017-097-09).

En conséquence, l'AMF recommande aux émetteurs de disposer de procédures internes leur permettant d'évaluer si une information est de nature privilégiée ou non¹⁵.

L'article 7 du Règlement Abus de marché définit une **information privilégiée** comme étant une information à **caractère précis** qui n'a pas été rendue publique, qui concerne, directement ou indirectement, un ou plusieurs émetteurs, ou un ou plusieurs instruments financiers, et qui, si elle était rendue publique, serait **susceptible d'influencer de manière sensible le cours** des instruments financiers concernés ou le cours d'instruments financiers dérivés qui leur sont liés, une information qu'un investisseur raisonnable serait susceptible d'utiliser comme faisant partie des fondements de ses décisions d'investissement.

Une information est réputée à **caractère précis** si elle fait mention d'un ensemble de circonstances ou d'un événement qui se sont produits ou dont on peut raisonnablement penser qu'ils se produiront, et ce de façon suffisamment précise pour que l'on puisse en tirer une conclusion quant à l'effet possible de cet ensemble de circonstances ou de cet événement sur le cours des instruments financiers ou des instruments financiers dérivés qui leur sont liés, des contrats au comptant sur matières premières qui leur sont liés ou des produits mis aux enchères basés sur les quotas d'émission. Ces circonstances ou événements peuvent avoir un caractère financier, stratégique, technique, organisationnel ou encore juridique.

La Cour de Justice de l'Union Européenne avait déjà précisé dans un arrêt du 11 mars 2015 (C-628/13) qu'une information pouvait revêtir un caractère précis quand bien même le sens de la variation du cours des instruments financiers concernés ne pouvait être déterminé avec un degré de probabilité suffisant. Prise à la lettre, cette décision avait consacré un élargissement non négligeable du champ de l'obligation d'information permanente. Par ailleurs, la Cour de Justice avait affirmé à cette occasion que la définition de l'information privilégiée est la même selon qu'il s'agisse d'appliquer l'obligation de publication ou l'obligation d'abstention (opération d'initié).

L'émetteur doit en principe procéder à la communication de cette information **dès que possible**, qu'il ait sollicité ou approuvé l'admission de ses instruments financiers sur Euronext Paris, Euronext Growth ou Euronext Access¹⁶.

Toutefois, aux termes de l'article 17.4 du Règlement Abus de marché et de l'article 223-6 du Règlement général de l'AMF, et comme précisé dans la position-recommandation n° 2016-08 de l'AMF, tout émetteur peut, **sous sa propre responsabilité**, différer la communication d'une information privilégiée, sous réserve du respect des trois conditions cumulatives suivantes :

- La publication immédiate de l'information est **susceptible de porter atteinte aux intérêts légitimes de l'émetteur** ; étant précisé que l'émetteur ne peut se contenter de se référer à son objet social ou à un principe vague et général tel que le secret des affaires ou l'intérêt économique, commercial ou stratégique pour justifier le différé de publication¹⁷. L'ESMA a publié des orientations (« *Guidelines* ») fournissant une liste indicative et non exhaustive de situations d'intérêts légitimes des émetteurs

15 - Position-recommandation AMF n° 2016-08, du 26 octobre 2016 – Guide de l'information permanente et de la gestion de l'information privilégiée.

16 - Article 17.1 du Règlement Abus de marché.

17 - Position-recommandation AMF n° 2016-08, du 26 octobre 2016 – Guide de l'information permanente et de la gestion de l'information privilégiée, § 1.2.2.1.

justifiant le différé d'une information privilégiée (sous réserve que les deux conditions supplémentaires exigées par l'article 174 du Règlement Abus de Marché soient remplies). Ces orientations, reprises par l'AMF dans sa position-recommandation 2016-08, incluent notamment les circonstances suivantes¹⁸ :

- l'émetteur mène des négociations (relatives par exemple à une fusion, une acquisition, une scission, l'achat ou la cession d'actifs significatifs ou de branches d'activités, une restructuration ou une réorganisation) dont le résultat est susceptible d'être compromis en cas de publication immédiate ;
 - il existe un danger grave et imminent menaçant la viabilité financière de l'émetteur, mais n'entrant pas dans le champ d'application du droit applicable en matière d'insolvabilité, et la publication immédiate des informations privilégiées est susceptible de fortement porter atteinte aux droits des actionnaires existants et potentiels en compromettant le résultat de négociations visant à assurer le redressement financier de l'émetteur ;
 - l'information privilégiée concerne des décisions prises ou des contrats conclus par l'organe de direction de l'émetteur et nécessitant, en vertu du droit national ou des statuts de l'émetteur, l'approbation d'un autre organe de l'émetteur, autre que l'assemblée générale de ses actionnaires, afin de devenir effectifs, sous réserve que :
 - i. la publication immédiate de cette information, avant qu'une décision définitive ne soit prise, soit susceptible d'empêcher le public d'évaluer correctement l'information en cause ; et que
 - ii. l'émetteur ait pris les mesures nécessaires pour qu'une décision définitive soit prise le plus rapidement possible ;
 - l'émetteur a mis au point un produit ou une invention et la publication immédiate de cette information est susceptible de porter atteinte aux droits de propriété intellectuelle de l'émetteur ;
 - l'émetteur compte acheter ou vendre une participation significative dans une autre entité et la publication d'une telle information est susceptible de perturber la mise en œuvre de ce plan ;
 - une opération précédemment annoncée nécessite l'approbation d'une autorité publique et cette approbation est soumise à des exigences supplémentaires, et la publication immédiate de ces exigences est susceptible de détériorer la capacité de l'émetteur à les respecter et, en conséquence, est susceptible d'empêcher l'achèvement de l'opération.
- Le retard de publication n'est pas susceptible d'**induire le public en erreur**. Selon l'ESMA et l'AMF, le différé de publication est notamment susceptible d'induire le public en erreur lorsque l'information privilégiée dont l'émetteur entend retarder la communication :
- est sensiblement différente de l'annonce publique précédemment faite par l'émetteur quant au sujet auquel l'information privilégiée se rapporte ;
 - concerne le fait que les objectifs financiers de l'émetteur précédemment annoncés publiquement ne seront probablement pas atteints ;
 - est contraire aux attentes du marché, si ces attentes sont basées sur des signaux précédemment envoyés au marché par l'émetteur, tels que des entretiens, des tournées de promotion ou tout autre type de communication organisé par l'émetteur ou avec son approbation.

18 - ESMA, Orientations relatives au Règlement Abus de marché (« MAR »). Retard de la publication d'informations privilégiées, ESMA/2016/1478.

- L'émetteur est en mesure de **préserver la confidentialité de l'information**.

En particulier, l'AMF recommande à l'émetteur de :

- mettre en place des dispositifs efficaces pour empêcher l'accès à l'information privilégiée le concernant par des personnes dont les fonctions au sein de l'émetteur ne justifient pas un tel accès ou ne le rendent pas indispensable ;
- prendre les mesures nécessaires pour veiller à ce que toute personne ayant accès à cette information ait pris connaissance des obligations légales et réglementaires liées audit accès et soit avertie des sanctions applicables en cas d'utilisation ou de transmission induite de cette information ;
- mettre en place les dispositifs nécessaires pour permettre une publication immédiate, exacte, précise et sincère de cette information s'il venait à ne pas pouvoir assurer sa confidentialité¹⁹, et ce, notamment lorsqu'une rumeur suffisamment précise fait explicitement référence à une information privilégiée dont la publication a été différée (voir Partie 2, Section 7 « Rumeurs »).

Afin de conserver la maîtrise de l'information privilégiée le concernant, l'émetteur est notamment tenu d'établir, de conserver et de mettre rapidement à jour des listes d'initiés sur lesquelles figureront toutes les personnes ayant accès à des informations privilégiées relatives à l'émetteur et qui travaillent pour cet émetteur en vertu d'un contrat de travail ou exécute des tâches leur donnant accès à de telles informations privilégiées ; et dont la communication pourra être demandée par l'AMF (voir Partie 3, Section 1, « *Les listes d'initiés* »).

L'AMF a par ailleurs publié dans son Guide de l'information permanente et de la gestion de l'information privilégiée, des recommandations relatives aux mesures de prévention des manquements d'initiés, telles que la désignation d'un déontologue ou la définition de fenêtres négatives dites « périodes d'arrêt » sur les titres de l'émetteur²⁰ (voir Partie 3, Section 1 « *Calendrier de la communication financière* »).

En tout état de cause, et conformément à l'article 174 du Règlement Abus de marché et à l'article 4.3 du Règlement d'exécution du 29 juin 2016 relatif aux modalités techniques de publication et de report des informations privilégiées, repris par l'AMF dans le Guide de l'information permanente et de la gestion de l'information privilégiée²¹, l'émetteur ayant différé la publication d'une information privilégiée devra désormais informer l'AMF « *immédiatement après la publication de l'information* » par écrit, sous format électronique, à l'adresse differepublication@amf-france.org²² qu'il vient de publier une information dont il avait décidé de différer la publication ; l'émetteur devra communiquer par ce biais :

- l'identité et la dénomination légale complète de l'émetteur ;
- l'identité et les coordonnées de la personne ayant effectué la notification : nom, prénom, fonction au sein de l'émetteur, adresse de courrier électronique et numéro de téléphone professionnels ;
- l'identification des informations privilégiées dont la publication a été différée : titre de la déclaration de publication, numéro de référence (le cas échéant), date et heure de la publication des informations privilégiées ;
- la date et l'heure de la décision de différer la publication des informations privilégiées ;
- l'identité de toutes les personnes responsables de la décision de différer la publication des informations privilégiées.

19 - Position-recommandation AMF n° 2016-08 - Guide de l'information permanente et de la gestion de l'information privilégiée (§ 1.2.2.1).

20 - Position-recommandation AMF n° 2016-08, Guide de l'information permanente et de la gestion de l'information privilégiée, respectivement sections 2.1.2.4 et 2.1.1.

21 - Position-recommandation AMF n° 2016-08, Guide de l'information permanente et de la gestion de l'information privilégiée, section 1.2.2.2.

22 - Instruction AMF n° 2016-07 sur les modalités d'information de l'AMF sur le différé de publication.

L'AMF pourra, le cas échéant, demander à l'émetteur des explications écrites sur la manière dont les trois conditions permettant le différé ont été satisfaites. L'émetteur devra alors les fournir sans délai.

À ce titre, l'émetteur doit veiller à mettre en œuvre des procédures internes adéquates lui permettant de justifier, ultérieurement auprès de l'AMF, que les trois conditions requises par le Règlement Abus de marché pour pouvoir différer la publication de l'information privilégiée étaient bien remplies.

Lorsque l'émetteur a retardé la publication d'une information privilégiée conformément à l'article 17, paragraphe 4 du Règlement Abus de marché, et que l'information ne satisfait plus, par la suite, la condition tenant à l'**influence sensible sur le cours**, cette information cesse d'être une information privilégiée et est donc considérée comme n'entrant pas dans le champ d'application de l'article 17, paragraphe 1 du Règlement Abus de marché. Par conséquent, l'émetteur n'est ni tenu de rendre publiques ces informations, ni d'informer l'autorité compétente. Toutefois, étant donné que l'information a été privilégiée depuis un certain temps, l'émetteur doit se conformer à toutes les obligations qui s'y rapportent quant à la mise à jour des listes d'initiés et à la tenue à jour des informations relatives au retard de divulgation²³.

Aux termes de l'article 175 du Règlement Abus de marché, un émetteur qui est un établissement de crédit ou un établissement financier peut, afin de préserver la stabilité du système financier, sous sa propre responsabilité, différer la publication d'une information privilégiée, y compris les informations liées à un problème temporaire de liquidité, et notamment à la nécessité d'une aide d'urgence en matière de liquidité de la part d'une banque centrale ou d'un prêteur en dernier ressort, à condition que toutes les conditions suivantes soient satisfaites :

- a) la publication de l'information privilégiée risque de nuire à la stabilité financière de l'émetteur et du système financier ;
- b) il est dans l'intérêt public de différer sa publication ;
- c) la confidentialité de cette information peut être assurée ; et
- d) l'AMF a consenti à ce que la publication soit différée au motif que les conditions énoncées aux points a), b) et c) sont satisfaites.

L'article 176 du Règlement Abus de marché précise que cette procédure d'autorisation préalable ne s'applique pas si l'établissement de crédit ou l'établissement financier diffère la publication d'une information privilégiée, en respectant les trois conditions prévues par l'article 174 précité (la publication est susceptible de porter atteinte à l'un de ses intérêts légitimes, le retard de publication n'est pas susceptible d'induire le public en erreur et l'établissement de crédit ou financier est en mesure de préserver la confidentialité de l'information).

En application de l'article 5.1 du Règlement d'exécution du 29 juin 2016 relatif aux modalités techniques de publication et de report des informations privilégiées et de l'instruction de l'AMF relative aux modalités de notification dans le cadre d'un différé de publication d'une information privilégiée²⁴, l'émetteur est tenu de prendre contact avec son interlocuteur au sein de la Direction des émetteurs de l'AMF, lequel lui indiquera les modalités pratiques d'échange sécurisé.

23 - Q&A on the Market Abuse Regulation (MAR), mises à jour le 23 mars 2018.

24 - Instruction AMF n°2016-07 sur les modalités de notification dans le cadre d'un différé de publication d'une information privilégiée.

Enfin, les émetteurs mettant en œuvre un programme d'*equity lines* et décidant de différer la publication d'une information privilégiée veilleront à suspendre immédiatement l'exécution de leur programme. L'AMF a en effet rappelé que le fait de détenir une information privilégiée constitue un obstacle à la décision de procéder à un tirage dans le cadre d'un programme d'*equity line*, tant que cette information n'a pas été rendue publique. En conséquence, l'émetteur qui déciderait de différer temporairement la publication d'une information privilégiée devra suspendre immédiatement l'exécution de ce programme et ne pourra le reprendre qu'après la publication de ladite information²⁵.

6 ■ DIFFUSION EFFECTIVE ET INTÉGRALE DE L'INFORMATION RÉGLEMENTÉE

L'AMF a publié un Guide pratique relatif au dépôt de l'information réglementée et à sa diffusion, mis à jour le 15 avril 2013.

L'émetteur doit s'assurer de la **diffusion effective et intégrale** de l'information réglementée le concernant, à l'exception des informations relatives aux franchissements de seuils dont la diffusion est assurée par l'AMF elle-même²⁶.

La diffusion de l'information réglementée doit être réalisée **par voie électronique** conformément aux principes définis par le Règlement général de l'AMF qui impose une diffusion permettant d'atteindre un **public aussi large que possible**, dans des **délais aussi courts que possible** et selon des modalités garantissant l'intégrité **de l'information**. Pour ce faire, les émetteurs peuvent, à leur discrétion, choisir de diffuser eux-mêmes l'information réglementée, ou décider de recourir aux services d'un **diffuseur professionnel** figurant sur une liste publiée par l'AMF, auquel cas ils sont présumés satisfaire à leur obligation de diffusion effective et intégrale²⁷.

Dans cette perspective d'accessibilité, l'AMF recommande également de rappeler l'existence des différents comptes des émetteurs sur les réseaux sociaux sur leur site Internet dans une rubrique *ad hoc*, visible dès la page d'accueil du site ou la page « finance » ou « investisseurs » ; les comptes *corporate* de l'émetteur et de ses principales filiales devant être bien identifiés comme tels²⁸.

Les émetteurs doivent enfin déposer l'information réglementée auprès de l'AMF sous format électronique, via l'extranet ONDE, simultanément à sa diffusion au public, sauf lorsque l'émetteur a recours à un diffuseur professionnel, inscrit sur une liste publiée par l'AMF, ce dernier se chargeant directement de ce dépôt auprès de l'AMF. L'émetteur procède également à une communication financière par voie de presse écrite selon le rythme et les modalités qu'il estime adaptés²⁹. La communication peut reprendre, selon les cas, tout ou partie des informations réglementées déjà diffusées par voie électronique. Elle est cependant plus synthétique et plus souple dans son contenu que les informations réglementées qui sont transmises aux médias en texte brut et intégral.

25 - Position-recommandation AMF n° 2012-18, Information du marché lors de la mise en place d'un programme d'*equity lines* ou PACEO, notamment les sections 3 et 5.

26 - Article 221-3 du Règlement général de l'AMF.

27 - Position-recommandation AMF n°2016-08, Guide de l'information permanente et de la gestion de l'information privilégiée, (§1.6.4.2).

28 - Position-recommandation AMF n°2016-08, Guide de l'information permanente et de la gestion de l'information privilégiée, (§1.6.4.1 et §1.6.4.2).

29 - Article 221-4 VI du Règlement général de l'AMF.

L'AMF recommande qu'à l'occasion de cette diffusion par voie de presse écrite, l'émetteur avertisse le lecteur que l'information complète sur ses résultats est disponible sur son site Internet³⁰.

Les émetteurs dont les titres sont admis ou font l'objet d'une demande d'admission sur Euronext Growth doivent aussi s'assurer de la diffusion effective et intégrale de l'information réglementée selon les mêmes modalités que les émetteurs cotés sur Euronext Paris³¹. Il en est de même pour les émetteurs dont les titres sont inscrits sur Euronext Access (ou dont l'admission a été demandée).

PRÉVENTION DE LA DIFFUSION DE FAUSSES INFORMATIONS

Suite à la diffusion d'une fausse information relative au titre Vinci en novembre 2016, l'AMF a entamé une réflexion quant aux bonnes pratiques en matière de diffusion de l'information. L'AMF recommande ainsi notamment aux émetteurs :

- d'envoyer simultanément aux diffuseurs professionnels tout communiqué adressé aux agences de presse ;
- de communiquer autant que possible en dehors des périodes de cotation sans pour autant exclure toute communication en séance qui pourrait être indispensable au regard du Règlement Abus de marché ;
- de mettre en place des procédures fiables qui garantissent une transmission et un accès sécurisés en passant notamment par un diffuseur ; et
- de renforcer la sécurité des transmissions électroniques pour les émetteurs qui souhaitent conserver un canal de diffusion complémentaire à destination de certains acteurs (analystes, investisseurs, medias, journalistes...).

En outre, afin de faciliter la vérification de la fiabilité des sources par les journalistes et agences de presse, l'AMF a publié une liste indiquant le nom du diffuseur professionnel dont les services sont utilisés par chaque émetteur dont les actions sont admises sur le marché réglementé actions d'Euronext Paris et ayant recours à ce type de prestataire ; cette liste a été mise à jour en date du 13 avril 2018.

7 ARCHIVAGE ET TRANSPARENCE DE L'INFORMATION RÉGLEMENTÉE

Les émetteurs sont tenus d'afficher sur leur site Internet l'information réglementée dès sa diffusion³².

Aux termes de l'article 17.1 du Règlement Abus de marché, les émetteurs sont tenus d'afficher et de conserver sur leur site Internet les informations privilégiées qu'ils sont tenus de publier pour une période d'au moins 5 ans.

30 - Position-recommandation AMF n° 2016-05 – Guide de l'information périodique des sociétés cotées sur un marché réglementé (§13.8).

31 - Article 221-4 du Règlement général de l'AMF.

32 - Article 221-3 II du Règlement général de l'AMF ; cf. également la section 1.3.3 de la Position-recommandation AMF n° 2016-08 – Guide de l'information permanente et de la gestion de l'information privilégiée et la section 13 de la position-recommandation AMF DOX-2016-05, Guide de l'information périodique des sociétés cotées sur un marché réglementé.

Cette durée est portée à 10 ans pour les documents suivants :

- le rapport financier annuel,
- le rapport financier semestriel,
- le rapport sur les sommes versées aux gouvernements³³.

Les questions-réponses de l'ESMA du 22 octobre 2015 précisent que les rapports qui ont été mis à disposition du public depuis moins de 5 ans avant le 26 novembre 2015 doivent être conservés pendant 10 ans (à compter de la date de publication initiale).

L'AMF recommande par ailleurs de prévoir un temps d'archivage suffisamment long pour l'information réglementée non constitutive d'une information privilégiée mais jugée sensible et non incluse dans les rapports financiers annuels et semestriels.

La Direction de l'information légale et administrative assure par ailleurs le stockage centralisé et l'archivage de l'information réglementée sur le site : **www.info-financiere.fr**, pour une durée de 10 années. En outre, la Directive Transparence révisée (Directive 2013/50/UE) complétée notamment par le Règlement délégué (UE) 2016/1437 prévoit un mécanisme d'archivage centralisé au niveau européen (le point d'accès électronique européen) devant être mise en place par l'ESMA.

8 | LANGUE DE LA COMMUNICATION FINANCIÈRE

L'internationalisation croissante des marchés financiers avec une base actionnariale géographiquement de plus en plus diversifiée, la cotation de certains émetteurs sur plusieurs marchés (multi-cotation) ou encore la réalisation d'opérations financières transfrontalières, posent avec une acuité accrue la question du régime linguistique des documents d'information publiés par les émetteurs.

La nécessité de procéder à une traduction de ces documents peut constituer une contrainte importante pour les émetteurs et freiner leur accès aux places financières étrangères. Dans le même temps, afin d'assurer la bonne information des investisseurs, il est nécessaire que les informations diffusées par un émetteur sur une place financière le soient dans une langue accessible et compréhensible par les investisseurs concernés.

Afin de favoriser la circulation des capitaux au sein de l'Union Européenne et de l'Espace Économique Européen tout en garantissant la bonne information des investisseurs, le législateur européen est venu harmoniser le régime linguistique des différents documents d'information publiés par les émetteurs.

Les principes posés au plan européen - d'une articulation souvent complexe - ont été transposés au plan interne par l'AMF dans son Règlement général.

33 - Pour ces trois documents, cf. respectivement les articles L. 451-1-2 I et L. 451-1-2 III du Code monétaire et financier, et L. 225-102-3 VII du Code de commerce.

INFORMATION RÉGLEMENTÉE³⁴

L'AMF a rappelé qu'une société de droit français qui décide d'adopter l'anglais comme langue pour ses informations périodiques devra néanmoins produire annuellement des comptes en français pour se conformer à ses obligations légales de dépôt au greffe du tribunal de commerce compétent³⁵.

L'AMF recommande que le choix de la langue de l'information périodique soit cohérent dans la durée et au regard de la stratégie actionnariale mise en place par la société.

Outre une éventuelle publication en anglais, l'AMF recommande également aux sociétés qui ont dans leur actionnariat un large public de particuliers français de publier leurs informations périodiques en français³⁶.

Lorsque l'AMF n'est pas l'autorité compétente pour contrôler l'information réglementée publiée par un émetteur, et que des titres de cet émetteur sont admis à la négociation sur un marché réglementé français, l'information réglementée publiée en France devra être rédigée soit en français soit dans une autre langue usuelle en matière financière.

PROSPECTUS³⁷

Ici encore, il convient de distinguer plusieurs situations, étant précisé que l'adoption du règlement (UE) 2017/1129 du 14 juin 2017 concernant le prospectus à publier en cas d'offre au public de valeurs mobilières modifie substantiellement les règles régissant le dépôt d'un prospectus, les cas et seuils de dérogations, les documents à fournir et leur contenu. L'essentiel de ces règles entrera en application le 21 juillet 2019.

L'article 212-12 du Règlement général de l'AMF offre aux sociétés la possibilité d'établir un prospectus rédigé dans une langue usuelle en matière financière autre que le français, y compris en cas d'introduction en bourse sur le territoire français.

Ainsi, si le principe demeure qu'en **cas d'offre au public de titres réalisée en France**, pour laquelle l'AMF est l'autorité compétente en application du droit européen (ce qui sera en particulier le cas lorsque l'émetteur a son siège social en France et que l'offre porte sur des titres de capital), le prospectus doit être rédigé en français. Il pourra toutefois être rédigé dans une langue usuelle en matière financière autre que le français :

- lors d'une première admission de ces titres sur un marché réglementé ou sur un système multilatéral de négociation uniquement en France ou dans un ou plusieurs autres États membres de l'Union européenne ou parties à l'accord sur l'EEE ;
- par un émetteur dont le prospectus établi lors d'une première admission aux négociations sur un marché réglementé est rédigé dans une langue usuelle en matière financière autre que le français ;
- si l'offre au public concerne des titres de créance et est réalisée uniquement en France ou dans un ou plusieurs autres États membres de l'Union européenne ou parties à l'accord sur l'EEE ;

34 - Article 221-2 du Règlement général de l'AMF.

35 - Position-recommandation AMF n° 2016-05 – Guide de l'information périodique des sociétés cotées sur un marché réglementé (§ 13.1).

36 - Position-recommandation AMF n° 2016-05 – Guide de l'information périodique des sociétés cotées sur un marché réglementé (§ 13.1).

37 - Article 212-12 du Règlement général de l'AMF ; position-recommandation AMF n°2015-02 sur les introductions en bourse (§ 6).

- lorsque le siège statutaire de l'émetteur est situé dans un État non partie à l'accord sur l'EEE et que l'offre est à destination des salariés de l'émetteur, exerçant leur activité dans des filiales ou établissements en France.

Dans toutes ces hypothèses dérogatoires, le résumé du prospectus devra alors être traduit en français.

Il est rappelé qu'une offre au public de titres financiers (défini à l'article L. 411-1 du Code monétaire et financier) est constituée

- soit par une communication adressée sous quelque forme et par quelque moyen que ce soit à des personnes et présentant une information suffisante sur les conditions de l'offre et sur les titres à offrir, de manière à mettre un investisseur en mesure de décider d'acheter ou de souscrire ces titres financiers ;
- soit par un placement de titres financiers par des intermédiaires financiers. Ce terme de « placement financier » regroupe l'ensemble des techniques utilisées pour vendre une quantité importante de titres sur le marché. Les introductions en Bourse, la cession de blocs et les augmentations de capital sont les trois grandes opérations de placement de titres financiers.

La réalisation d'une offre au public met à la charge de l'émetteur des obligations spécifiques notamment en termes d'information financière.

Lorsque l'offre au public est également réalisée sur le territoire d'un ou plusieurs autres États membres de l'Union européenne ou parties à l'accord sur l'EEE, le prospectus devra en outre être mis à la disposition des autorités de régulation de ces autres États dans une langue usuelle en matière financière, ces dernières pouvant seulement exiger une traduction du résumé du prospectus dans leur langue officielle.

En cas d'admission de titres sur un marché réglementé en France ou dans un ou plusieurs autres États membres de l'Union Européenne ou parties à l'accord sur l'EEE (par hypothèse sans offre au public), lorsque l'AMF est l'autorité compétente en application du droit européen pour apposer son visa sur le prospectus (ce qui sera en particulier le cas lorsque l'émetteur a son siège social en France et que la demande d'admission porte sur des titres de capital), le prospectus devra être rédigé soit en français, soit dans une autre langue usuelle en matière financière. Dans ce dernier cas, le résumé du prospectus devra être rédigé en français, sauf lorsque l'admission aux négociations est sollicitée sur le compartiment professionnel destiné aux admissions sans offre préalable au public.

En cas d'admission aux négociations sur un marché réglementé en France de titres autres que de capital dont la valeur nominale est inférieure à 100 000 euros, le prospectus visé par l'AMF sera rédigé en français ou dans une autre langue usuelle en matière financière.

En cas d'offre au public de titres et/ou demande d'admission aux négociations sur un marché réglementé de titres financiers sur le territoire d'un ou plusieurs

États membres de l'Union européenne ou d'un ou plusieurs États parties à l'EEE à l'exclusion de la France, lorsque l'AMF est l'autorité compétente en application du droit européen pour apposer son visa sur le prospectus (ce qui sera en particulier le cas lorsque l'émetteur a son siège social en France et que le prospectus concerne des titres de capital), le prospectus devra être rédigé soit en français soit dans une autre langue usuelle en matière financière.

Le prospectus devra en outre être mis à disposition des autorités de régulation des autres États dans une langue usuelle en matière financière, les autorités de régulation des autres États pouvant seulement exiger une traduction du résumé du prospectus dans leur langue officielle.

Enfin, lorsque l'AMF n'est pas l'autorité compétente pour apposer son visa sur le prospectus (notamment s'agissant de titres de capital émis par un émetteur dont le siège social est situé sur le territoire d'un autre État partie à l'EEE), en cas d'offre au public ou de demande d'admission sur un marché réglementé de titres financiers uniquement en France ou dans un ou plusieurs autres États membres de l'Union européenne ou parties à l'accord sur l'EEE, le prospectus devra être rédigé soit en français soit dans une autre langue usuelle en matière financière. Dans ce dernier cas, le résumé du prospectus devra être rédigé en français sauf en cas d'admission sur le compartiment professionnel destiné aux admissions sans offre préalable au public.

AUTRES INFORMATIONS DIFFUSÉES PAR L'ÉMETTEUR

Il n'existe pas de réglementation spécifique applicable aux autres informations qui pourraient être diffusées par un émetteur de sa propre initiative en dehors de ses obligations en cas d'offre au public ou de demande d'admission sur un marché réglementé (présentations *brokers*, *slide shows*, etc. : voir Partie 3, Section 3, « *Relations avec les analystes financiers et les investisseurs* »).

2

Cadre de Communication Financière

Après la première partie consacrée aux principes généraux de la communication financière, cette deuxième partie s'attache à présenter le cadre dans lequel doit s'inscrire la communication financière, en fonction des différentes situations de communication. Au-delà d'un simple rappel du cadre réglementaire sur lequel se construit la stratégie de communication financière des émetteurs, cette deuxième partie a pour ambition, pour chacun des cas, d'indiquer quelles sont leurs pratiques usuelles.

1 | Publications périodiques 33

| | |
|---|----|
| Publication des résultats annuels | 33 |
| Publication des résultats semestriels | 44 |
| Publication des informations trimestrielles ou intermédiaires | 47 |
| Éléments liés aux publications périodiques | 48 |

2 | Publication d'informations prospectives ou estimées 56

| | |
|---|----|
| Publication d'informations prospectives qualitatives | 56 |
| Publication d'informations financières prospectives quantitatives | 56 |
| Publication de données financières estimées | 58 |
| Avertissement sur les résultats (<i>profit warning</i>) | 59 |

3 | Événements liés à l'activité de l'entreprise 60

| | |
|----------------------------|----|
| Activité commerciale | 61 |
| Production | 61 |
| Recherche et développement | 62 |
| Événements sociaux | 62 |
| Difficultés financières | 62 |

4 | Gouvernement d'entreprise 63

| | |
|---|----|
| La référence à un code de gouvernement d'entreprise | 63 |
| Composition des organes de direction, d'administration ou de surveillance | 64 |
| Activité des organes de direction, d'administration ou de surveillance | 66 |
| Rémunérations et avantages en nature | 67 |
| Assemblée générale | 72 |

5 | Événements relatifs à l'actionnariat 74

| | |
|---|----|
| Modification de l'actionnariat | 74 |
| Rachat et/ou cession par l'émetteur de ses propres titres | 78 |
| Contrat de liquidité | 81 |
| Dividendes | 82 |

6 | Risques et litiges 84

| | |
|--|----|
| Risques liés à l'évolution de facteurs macro-économiques | 84 |
| Risques propres à l'émetteur | 85 |
| Litiges | 86 |

7 | Rumeurs et fuites 87

| | |
|---------|----|
| Rumeurs | 87 |
| Fuites | 87 |

8 | Opérations de fusion - acquisition 87

| | |
|-----------------------------------|----|
| Acquisition et cession | 87 |
| Fusion, scission, apport d'actifs | 92 |
| Offre publique | 95 |

9 | Opérations financières 103

| | |
|---|-----|
| Augmentation de capital et autres émissions de titres donnant accès au capital | 105 |
| Contrat de financement, dette et titrisation | 108 |
| Introduction en bourse (<i>IPO</i>) | 112 |

1 PUBLICATIONS PÉRIODIQUES

Les publications périodiques constituent les rendez-vous incontournables de la communication financière des émetteurs. C'est en effet lors de ces publications que l'entreprise cotée transmet, par différents moyens, de nombreuses informations sur sa stratégie, ses marchés, ses performances ainsi que leur traduction dans ses comptes et dans sa vie sociale. C'est sur la base de cette information que se fonde en grande partie l'analyse des émetteurs par les acteurs des marchés financiers. Pour que celle-ci soit aussi pertinente que possible, il est essentiel, pour l'entreprise cotée, d'aider ces acteurs dans leur travail d'analyse et de compréhension de son modèle économique.

À cette fin, les entités dont les titres sont admis aux négociations sur un marché réglementé sont tenues de mettre en place un comité spécialisé chargé notamment du suivi de l'élaboration de l'information financière. Il s'agit en pratique du comité d'audit.

L'AMF a publié un guide de l'information périodique des sociétés cotées³⁸ qui reprend les principales obligations des émetteurs en matière d'information financière applicable aux émetteurs cotés sur Euronext Paris avec une section dédiée à Euronext Growth.

PUBLICATION DES RÉSULTATS ANNUELS

La publication des résultats annuels comprend plusieurs types de documents obligatoires ou optionnels dont la nature, le mode et le calendrier de diffusion sont les suivants :

| Type de document Événement | Régime | Mode de publication | Calendrier |
|---|-------------------|---|---|
| Communiqués de presse | Obligatoire | Par voie électronique Mise en ligne sur le site de l'émetteur | Après la tenue du Conseil d'administration ou du Conseil de surveillance et au plus tard dans les 60 jours pour le chiffre d'affaires |
| Réunion d'information | Pratique de Place | Réunion physique / conférence téléphonique | |
| Avis financier | Facultatif | Par voie de presse écrite, Internet ou radio | |
| Rapport financier annuel | Obligatoire | Par voie électronique avec toutefois la possibilité de ne publier qu'un communiqué précisant les modalités de mise à disposition du rapport (information réglementée) Mise en ligne sur le site de l'émetteur et envoi à l'AMF | Au plus tard dans les 4 mois qui suivent la clôture de l'exercice |
| Document de référence | Facultatif | Mise en ligne sur le site de l'émetteur et envoi à l'AMF | Pas de délai réglementaire |
| Rapport intégré | Facultatif | Mise en ligne sur le site de l'émetteur | Pas de délai réglementaire |
| Documents publiés au BALO | Obligatoire | Transmission électronique au BALO | Dans les 45 jours qui suivent l'approbation des comptes par l'AGO |
| Documents déposés au Greffe du Tribunal de commerce | Obligatoire | Dans le mois qui suit l'approbation des comptes annuels par l'Assemblée générale ou dans les deux mois suivant cette approbation lorsque le dépôt est effectué par voie électronique | |

38 - Position-recommandation AMF n°2016-05, Guide de l'information périodique des sociétés cotées sur un marché réglementé.

Les sociétés cotées sur Euronext Growth doivent rendre publics, dans les 4 mois de la clôture de l'exercice, les comptes annuels, le rapport de gestion et, le cas échéant, les comptes consolidés et le rapport de gestion du Groupe ainsi que les rapports des contrôleurs légaux sur les comptes précités (Règles de marché Euronext Growth, § 4.2). Ces informations doivent être mises en ligne sur le site Internet de l'émetteur et celui d'Euronext Growth pendant deux ans (Règles de marché Euronext Growth, § 4.1). Les sociétés dont les titres sont admis aux négociations sur Euronext Access + doivent rendre publics dans les mêmes délais ces mêmes informations (Règles de marché Euronext Access, § 3.2).

Communiqués de presse

Communiqué d'annonce des résultats annuels

Le communiqué de presse publié par l'émetteur présente, en pratique :

- l'analyse de la variation du chiffre d'affaires consolidé et des éléments du compte de résultat (croissance organique ; effet de périmètre ; effet de change) ;
- une information sectorielle, complétée le cas échéant d'une présentation des activités, de la performance et des perspectives dans les zones géographiques et les sous-secteurs opérationnels sensibles ou se trouvant dans des situations très différenciées ;
- les éléments du bilan et des flux de trésorerie ;
- la mention, le cas échéant, des changements de méthode comptable intervenus d'un exercice à l'autre et toute modification de périmètre de consolidation, ayant un impact sur les comptes, supérieure à 25 % (voir Partie 2, Section 1, « *Modification du périmètre de l'émetteur* ») ;
- les orientations stratégiques de l'émetteur ;
- les faits marquants de l'exercice au regard de la stratégie précédemment annoncée ;
- le cas échéant, les événements survenus depuis la clôture ;
- les objectifs / prévisions de l'émetteur, donnés sur une base volontaire (voir Partie 2, Section 2, « *Publication d'informations prospectives ou estimées* ») ;
- le montant du dividende dont la distribution est proposée à l'Assemblée générale des actionnaires au titre de l'exercice ainsi que sa date de mise en paiement s'il est approuvé ;
- la situation des comptes au regard du processus de certification par les commissaires aux comptes ;
- la date du conseil d'administration ou de surveillance qui a arrêté ou examiné les comptes ;
- des précisions sur le reste des informations disponibles sur le site de l'émetteur (ex. comptes complets, slides analystes...).

Certains émetteurs intègrent par ailleurs, en annexe du communiqué, des éléments comptables plus détaillés (compte de résultat, bilan, *cash flow*, information sectorielle).

L'AMF précise que si le communiqué de presse sur les résultats peut ne comporter que les éléments significatifs des comptes et les commentaires appropriés, il doit dans tous les cas mentionner le résultat net et des informations bilancielle. Il convient de porter une attention particulière à la communication d'indicateurs alternatifs de performance, comme développé ci-après dans la section *Éléments liés aux publications périodiques*.

De plus, si des informations plus complètes sur les comptes sont disponibles sur le site de l'émetteur, cela devrait être mentionné dans le communiqué³⁹.

Le communiqué de presse est diffusé en pratique après la tenue du conseil d'administration qui a arrêté les comptes ou du conseil de surveillance ayant examiné les comptes présentés par le directoire. L'AMF recommande que le communiqué soit diffusé en dehors des heures de bourse (l'émetteur dont les titres sont négociés sur plusieurs marchés réglementés veillera particulièrement à ce point), et que la date de sa diffusion soit mentionnée.

Il doit faire l'objet d'une diffusion effective et intégrale au titre de l'information réglementée. Il est mis en ligne sur le site Internet de l'émetteur et envoyé à l'AMF simultanément à sa diffusion. Il est recommandé de le transmettre par voie électronique à un diffuseur professionnel agréé par l'AMF, auquel cas l'émetteur est présumé satisfaire à l'obligation de diffusion effective et intégrale de l'information⁴⁰.

L'article 19.11 du Règlement Abus de marché prévoit la mise en œuvre d'une fenêtre négative débutant 30 jours avant la publication du communiqué d'annonce du rapport financier annuel. L'ESMA considère dans un document de questions-réponses⁴¹ que la diffusion par un émetteur d'un communiqué de presse d'annonce des résultats annuels constitue **l'annonce du rapport financier annuel** et implique donc également la mise en œuvre d'une fenêtre négative. Sur les fenêtres négatives, voir Partie 3, Section 1 « *Confidentialité des données* ».

Communiqué sur le chiffre d'affaires annuel

Dans la mesure où le chiffre d'affaires annuel est susceptible de constituer une information privilégiée, lorsque l'émetteur prévoit de publier ses résultats annuels au-delà des 60 jours de la clôture, l'AMF préconise de publier dès que possible après la clôture de l'exercice et au plus tard fin février, ou dans les 60 jours de la clôture de l'exercice, l'information sur le chiffre d'affaires annuel de l'exercice écoulé accompagné d'un comparatif. Toutefois, l'émetteur peut ne pas procéder à la publication isolée du chiffre d'affaires, s'il estime qu'elle n'est pas pertinente, notamment en raison de la nature de son activité ou s'il estime qu'elle risque d'induire le marché en erreur⁴².

Réunion d'information

L'émetteur peut présenter ses résultats annuels à l'occasion d'une réunion d'information dédiée à ses principaux publics (analystes *sell-side* ou *buy-side*, gérants, investisseurs, actionnaires, journalistes, etc.) ou par le biais d'une conférence téléphonique (*conference call*) ou d'une retransmission Internet (*webcast*). L'AMF rappelle, dans son Guide de l'information périodique des sociétés cotées sur un marché réglementé⁴³, que ces réunions ne comportent normalement pas d'informations supplémentaires significatives ou différentes de celles communiquées au public, mais que leur mode de présentation peut apporter certains éclairages nouveaux et intéressants.

En tout état de cause, l'émetteur doit veiller à ce que toute information non connue du public, communiquée au cours de ces réunions et susceptible d'avoir une influence sensible sur le cours de bourse, y compris les commentaires et développements les plus significatifs donnés par l'émetteur, soit immédiatement diffusée au public.

39 - Position-recommandation AMF n° 2016-05 – Guide de l'information périodique des sociétés cotées sur un marché réglementé (§ 6).

40 - Article 221-4 IV du Règlement général de l'AMF.

41 - *Questions and Answers on the Market Abuse Regulation* – ESMA/2016/1129, section 2 « *Managers' transactions* » (23 March 2018).

42 - Position-recommandation AMF n° 2016-05, Guide de l'information périodique des sociétés cotées sur un marché réglementé (§ 5).

43 - Position-recommandation AMF n° 2016-05, Guide de l'information périodique des sociétés cotées sur un marché réglementé (§ 6.3.3).

44 - Position-recommandation AMF n°2016-05, Guide de l'information périodique des sociétés cotées sur un marché réglementé (§ 6.3.3).

45 - L'obligation de publier un rapport financier annuel concerne également les sociétés non cotées qui émettent des titres de créances sur un marché réglementé de l'Union Européenne sous certaines conditions liées à la nature des titres et à leur valeur nominale.

46 - Article L. 451-1-2-I du Code monétaire et financier complété par l'article 222-3 du Règlement général de l'AMF.

47 - Position-recommandation AMF n°2016-05, Guide de l'information périodique des sociétés cotées sur un marché réglementé (§ 6.1).

48 - Un Guide sur la pertinence, la cohérence et la lisibilité des états financiers, destiné à proposer des orientations aux émetteurs afin d'améliorer la compréhension des états financiers et tout particulièrement de leurs annexes a été publié par l'AMF en juin 2015.

49 - AMF, «Rapport 2017 sur le gouvernement d'entreprise, la rémunération des dirigeants, le contrôle interne et la gestion des risques», publié le 22 novembre 2017.

Afin d'en assurer une diffusion large et continue, certains émetteurs choisissent de retransmettre ces réunions, en direct ou en différé, par conférence téléphonique ou sur leur site Internet (*webcast*). En pratique, ces réunions d'information se tiennent le plus rapidement possible après la diffusion du communiqué de presse. L'AMF rappelle que la mise en ligne systématique des présentations à destination des analystes financiers doit avoir lieu sans délai, au plus tard au début de la réunion de présentation⁴⁴.

Avis financier

Outre le communiqué de presse sur le chiffre d'affaires annuel, l'émetteur peut procéder à la publication d'une information relative à ses résultats annuels par voie de presse écrite selon des modalités de présentation qu'il estime adaptées à son actionariat et à sa taille. Le contenu de cette communication est fixé par l'émetteur mais doit être non trompeur et cohérent avec les informations mentionnées dans le communiqué de presse et le rapport financier annuel. Aucun délai n'est fixé par la réglementation pour cette publication ; en pratique cependant, l'avis financier est généralement diffusé après le communiqué de presse.

Rapport financier annuel

Les émetteurs cotés sur Euronext Paris sont tenus de publier et de déposer auprès de l'AMF un rapport financier annuel⁴⁵ dans les 4 mois suivant la clôture de leur exercice⁴⁶. Dans les sociétés anonymes à directoire et conseil de surveillance, le directoire doit arrêter les comptes dans les 3 mois de la clôture de l'exercice afin de permettre au conseil de surveillance d'exercer son contrôle. L'AMF recommande par ailleurs que le conseil de surveillance examine dans un délai aussi bref que possible les comptes arrêtés par le directoire⁴⁷.

Le rapport financier annuel doit comprendre les éléments suivants :

- les comptes annuels complets (*i.e.* comptes sociaux) ;
- les comptes consolidés⁴⁸, le cas échéant ;
- un rapport de gestion ;
- une déclaration des personnes physiques qui assument la responsabilité du rapport financier annuel ;
- les rapports des commissaires aux comptes sur les comptes annuels et les comptes consolidés le cas échéant.

L'ordonnance n° 2017-1162 du 12 juillet 2017, prise en application de la loi « Sapin 2 » et applicables aux rapports afférents aux exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2017, a procédé à une nouvelle répartition des informations périodiques entre le rapport de gestion et le nouveau rapport sur le gouvernement d'entreprise que l'ordonnance substitue au rapport du président. Cette réorganisation est faite pour l'essentiel à droit constant en ce qui concerne le contenu de l'information⁴⁹.

Le **rapport de gestion** visé ci-dessus et inclus dans le rapport financier annuel doit désormais contenir les informations suivantes :

- une analyse objective et exhaustive de l'évolution des affaires, des résultats et de la situation financière de la société, notamment de sa situation d'endettement, au regard du volume et de la complexité des affaires ;
- dans la mesure nécessaire à la compréhension de l'évolution des affaires, des résultats ou de la situation de la société, des indicateurs clefs de performance de nature financière et, le cas échéant, de nature non financière ayant trait à l'activité spécifique de la société, notamment des informations relatives aux questions d'environnement et de personnel ;
- une description des principaux risques et incertitudes auxquels la société est confrontée ;
- des indications sur les risques financiers liés aux effets du changement climatique et la présentation des mesures que prend l'entreprise pour les réduire en mettant en œuvre une stratégie bas-carbone dans toutes les composantes de son activité ;
- des informations relatives aux engagements sociétaux en faveur du développement durable, de l'économie circulaire et de la lutte contre le gaspillage alimentaire, aux accords collectifs conclus dans l'entreprise et à leurs impacts sur la performance économique de l'entreprise ainsi que sur les conditions de travail des salariés et aux actions visant à lutter contre les discriminations et promouvoir les diversités⁵⁰ ;
- les principales caractéristiques des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par la société relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière ;
- lorsque cela est pertinent pour l'évaluation de son actif, de son passif, de sa situation financière et de ses pertes ou profits, des indications sur ses objectifs et sa politique concernant la couverture de chaque catégorie principale de transactions prévues pour lesquelles il est fait usage de la comptabilité de couverture, ainsi que sur son exposition aux risques de prix, de crédit, de liquidité et de trésorerie. Ces indications comprennent l'utilisation par l'entreprise des instruments financiers.

Le rapport de gestion doit en outre exposer :

- les informations portant sur le nombre d'actions achetées et vendues au cours de l'exercice dans le cadre d'un programme de rachat et les caractéristiques de ces opérations⁵¹ ;
- la situation de la société durant l'exercice écoulé, son évolution prévisible, les événements importants survenus entre la date de la clôture de l'exercice et la date à laquelle il est établi, ses activités en matière de recherche et de développement et mentionner les succursales existantes⁵² ;
- si l'émetteur est tenu d'établir des comptes consolidés, l'intégralité des informations mentionnées ci-dessus pour l'ensemble des sociétés comprises dans la consolidation⁵³.

Les émetteurs peuvent choisir d'inclure dans leur rapport financier annuel le **rapport sur le gouvernement d'entreprise** ainsi que le rapport du commissaire aux comptes sur ce rapport, afin d'être dispensés d'une publication séparée de ces informations réglementées. Le rapport sur le gouvernement d'entreprise remplace le rapport du président et relève

50 - Article L. 225-102-1 du Code de commerce.

51 - Article L. 225-211 du Code de commerce.

52 - Article L. 232-1 du Code de commerce.

53 - Dans un rapport de gestion consolidé prévu à l'article L. 225-100-1-II du Code de commerce.

de la compétence du conseil d'administration ou de surveillance. Joint ou intégré au rapport de gestion (uniquement pour les SA à conseil d'administration), il comprend les éléments suivants :

- des informations sur la politique de rémunération (articles L. 225-37-2 et L. 225-82-2 du Code de commerce) :
 - les principes et les critères de détermination, de répartition et d'attribution des éléments fixes, variables et exceptionnels composant la rémunération totale et les avantages de toute nature, attribuables aux président, directeurs généraux ou directeurs généraux délégués, en raison de leur mandat ;
 - la présentation des projets de résolution établis par le conseil d'administration ou de surveillance pour soumettre des éléments de rémunération à l'approbation de l'assemblée générale des actionnaires et la précision que le versement de ces éléments de rémunération est conditionné à cette approbation.

- des informations sur les rémunérations et avantages octroyés (article L. 225-37-3 du Code de commerce) :
 - la rémunération totale et les avantages de toute nature versés par la société durant l'exercice, y compris sous forme d'attribution de titres de capital, de titres de créance ou de titres donnant accès au capital ou donnant droit à l'attribution de titres de créance de la société, de sa mère ou d'une filiale ;
 - les engagements de toute nature pris par la société au bénéfice de ses mandataires sociaux, correspondant à des éléments de rémunération, des indemnités ou des avantages dus ou susceptibles d'être dus à raison de la prise, de la cessation ou du changement de leurs fonctions ou postérieurement à l'exercice de celles-ci, notamment les engagements de retraite et autres avantages viagers.

- des informations sur la gouvernance (article L. 225-37-4 du Code de commerce) :
 - la liste de l'ensemble des mandats et fonctions exercés dans toute société par chaque mandataire social durant l'exercice ;
 - les conventions intervenues, directement ou par personne interposée, entre, d'une part, l'un des mandataires sociaux ou l'un des actionnaires disposant d'une fraction des droits de vote supérieure à 10 % d'une société et, d'autre part, une autre société dont la première possède directement ou indirectement plus de la moitié du capital, à l'exception des conventions portant sur des opérations courantes et conclues à des conditions normales ;
 - un tableau récapitulatif des délégations en cours de validité accordées par l'assemblée générale des actionnaires dans le domaine des augmentations de capital, par application des articles L. 225-129-1 et L. 225-129-2, et faisant apparaître l'utilisation faite de ces délégations au cours de l'exercice ;
 - à l'occasion du premier rapport ou en cas de modification, le choix fait de l'une des deux modalités d'exercice de la direction générale prévues à l'article L. 225-51-1 ;
 - la composition, ainsi que les conditions de préparation et d'organisation des travaux du conseil ;
 - la mention de l'application du principe de représentation équilibrée des femmes et des hommes au sein du conseil. Pour les exercices ouverts à compter du 1^{er} septembre 2017, les sociétés dépassant certains seuils prévus par décret devront remplacer cette mention par une description de la politique de diversité appliquée aux

membres du conseil d'administration au regard de critères tels que l'âge, le sexe ou les qualifications et l'expérience professionnelle, ainsi qu'une description des objectifs de cette politique, de ses modalités de mise en œuvre et des résultats obtenus au cours de l'exercice écoulé. Si la société n'applique pas une telle politique, le rapport comprendra une explication des raisons le justifiant.

- les éventuelles limitations que le conseil d'administration apporte aux pouvoirs du directeur général ;
 - lorsqu'une société se réfère volontairement à un code de gouvernement d'entreprise élaboré par les organisations représentatives des entreprises, les dispositions qui ont été écartées et les raisons pour lesquelles elles l'ont été, ainsi que le lieu où ce code peut être consulté, ou, à défaut d'une telle référence à un code, les raisons pour lesquelles la société a décidé de ne pas s'y référer ainsi que, le cas échéant, les règles retenues en complément des exigences requises par la loi ;
 - les modalités particulières de la participation des actionnaires à l'assemblée générale ou les dispositions des statuts qui prévoient ces modalités.
- des informations susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique d'achat ou d'échange (article L. 225-37-5 du Code de commerce) :
- la structure du capital de la société ;
 - les restrictions statutaires à l'exercice des droits de vote et aux transferts d'actions ou les clauses des conventions portées à la connaissance de la société en application de l'article L. 233-11 ;
 - les participations directes ou indirectes dans le capital de la société dont elle a connaissance en vertu des articles L. 233-7 et L. 233-12 ;
 - la liste des détenteurs de tout titre comportant des droits de contrôle spéciaux et la description de ceux-ci ;
 - les mécanismes de contrôle prévus dans un éventuel système d'actionnariat du personnel, quand les droits de contrôle ne sont pas exercés par ce dernier ;
 - les accords entre actionnaires dont la société a connaissance et qui peuvent entraîner des restrictions au transfert d'actions et à l'exercice des droits de vote ;
 - les règles applicables à la nomination et au remplacement des membres du conseil d'administration ainsi qu'à la modification des statuts de la société ;
 - les pouvoirs du conseil d'administration, en particulier en ce qui concerne l'émission ou le rachat d'actions ;
 - les accords conclus par la société qui sont modifiés ou prennent fin en cas de changement de contrôle de la société, sauf si cette divulgation, hors les cas d'obligation légale de divulgation, porterait gravement atteinte à ses intérêts ;
 - les accords prévoyant des indemnités pour les membres du conseil d'administration ou les salariés, s'ils démissionnent ou sont licenciés sans cause réelle et sérieuse ou si leur emploi prend fin en raison d'une offre publique d'achat ou d'échange.

Le rapport financier annuel ainsi complété du rapport sur le gouvernement d'entreprise pourra, tout comme le document de référence (défini ci-après), servir de rapport annuel présenté à l'Assemblée générale des actionnaires, s'il est complété notamment des éléments suivants :

- la participation des salariés au capital social (article L. 225-102 du Code de commerce) ;
- les informations sur la manière dont la société prend en compte les conséquences

sociales, sociétales et environnementales de ses activités, incluant les conséquences sur le changement climatique de son activité et l'usage des biens et services qu'elle produit, ainsi que sur ses engagements sociétaux en faveur du développement durable, de l'économie circulaire, de la lutte contre le gaspillage alimentaire et en faveur de la lutte contre les discriminations et de la promotion des diversités. Il fait état des accords collectifs conclus dans l'entreprise et de leurs impacts sur la performance économique de l'entreprise ainsi que sur les conditions de travail des salariés (article L. 225-102-1 du Code de commerce⁵⁴) ;

- la description des installations Seveso (article L. 225-102-2 du Code de commerce) ;
- l'activité des filiales et des participations ainsi que l'indication des prises de participation significatives (article L. 233-6 du Code de commerce) ;
- le récapitulatif des opérations réalisées par les dirigeants sur les titres de la société (article 223-26 du Règlement général de l'AMF et article L. 621-18-2 du Code monétaire et financier) ;
- le montant des dividendes qui ont été mis en distribution au titre des trois exercices précédents (article 243 bis du Code général des impôts) ;
- le tableau des résultats des cinq derniers exercices (article R. 225-102 du Code de commerce) ;
- les informations relatives aux délais de paiement des fournisseurs (article L. 441-6-1 du Code de commerce) ;
- la situation de la société durant l'exercice écoulé, son évolution prévisible, les événements importants survenus entre la date de la clôture de l'exercice et la date à laquelle il est établi, ainsi que ses activités en matière de recherche et de développement. Il y est fait mention des succursales existantes (article L. 232-1 II du Code de commerce) ;
- le cas échéant, le montant des prêts consentis à une entreprise avec laquelle des liens économiques existent (article L. 511-6 du Code monétaire et financier) ;
- le cas échéant, le rapport du Président sur les paiements aux gouvernements (article L. 225-102-3 du Code de commerce) ;
- le cas échéant, le plan de vigilance élaboré par les sociétés-mères en application de leur devoir de vigilance (article L. 225-102-4 du Code de commerce) ;
- l'indication des franchissements de seuils et la répartition du capital social (article L. 233-13 du Code de commerce).

Ce rapport de gestion annuel pourra être mis à disposition au sein d'un rapport annuel exposant l'ensemble des informations présentées à l'Assemblée générale des actionnaires, dont également :

- le texte des projets de résolutions soumis à l'Assemblée générale ;
- le rapport spécial des commissaires aux comptes sur les conventions réglementées.

En sus du dépôt auprès de l'AMF, le rapport financier annuel doit être diffusé par voie électronique, conformément aux modalités de diffusion de l'information réglementée⁵⁵ telles que décrites dans la première partie du guide. En pratique, l'émetteur peut diffuser un simple communiqué précisant les modalités de mise à disposition de ce document⁵⁶ (un exemple de communiqué de presse figure en Annexe 6 du Guide relatif au dépôt de l'information réglementée auprès de l'AMF et à sa diffusion).

La Directive Transparence révisée (Directive 2013/50/UE) prévoit la mise en place d'un

54 - Voir Page 53, « Information sur la Responsabilité Sociétale et Environnementale (« RSE ») ».

55 - Articles 221-3 et suivants du Règlement général de l'AMF.

56 - Article 221-4 V du Règlement général de l'AMF.

format unique de publication des rapports financiers annuels dont l'objectif est de faciliter l'accès à l'information financière et la comparabilité des comptes des sociétés. Le 18 décembre 2017, l'ESMA a publié la version finale de la norme technique réglementaire (*Regulatory Technical Standards - RTS*) pour le format électronique unique européen (*European Single Electronic Format*). Ce format devra être utilisé par tous les émetteurs pour préparer leurs rapports financiers annuels à partir de 2020. À compter de cette date, tous les rapports financiers annuels devront être préparés en format XHTML. Le cas échéant les états financiers consolidés IFRS contenus dans ces rapports devront être libellés en utilisant le format XBRL⁵⁷.

Document de référence

Le document de référence est un document de synthèse contenant l'ensemble des informations juridiques, économiques, financières et comptables d'un émetteur pour un exercice donné. L'établissement d'un document de référence est facultatif. En pratique cependant, la plupart des émetteurs en établissent un. Il pourra être incorporé par référence – sous réserve de son actualisation – au prospectus diffusé en cas d'offre au public ou demande d'admission sur un marché réglementé. L'établissement d'un document de référence permet ainsi de faciliter ces opérations et d'en accélérer le calendrier de réalisation.

Le contenu du document de référence est fixé par :

- une instruction de l'AMF du 21 octobre 2016 (Instruction AMF n° 2016-04), fixant les modalités de dépôt du document de référence, mise à jour en vue de permettre, à compter du 15 janvier 2018, le dépôt électronique des documents de référence⁵⁸ ;
- le Règlement européen n° 809/2004 « Prospectus » ;
- les Règlements délégués n° 2014/383 et n° 2016/301 complétant la directive « Prospectus » ;
- les recommandations de l'AMF ; et
- les recommandations de l'ESMA.

À cet égard, l'AMF a notamment publié les recommandations suivantes :

- le Guide d'élaboration des documents de référence (Position-recommandation AMF n° 2009-16 mise à jour le 13 avril 2015) ; et
- le Guide d'élaboration du document de référence spécifique aux valeurs moyennes (Position-recommandation AMF n° 2014-14, mise à jour le 13 avril 2015).

Il n'existe pas de délai imposé par la réglementation pour la publication du document de référence. En pratique cependant, le document de référence est généralement publié avant l'Assemblée générale annuelle et dans les 4 mois suivant la clôture de l'exercice de l'émetteur pour faire office de rapport financier annuel et de rapport de gestion. En effet, lorsque le document de référence comporte toutes les informations exigées dans le rapport financier annuel, l'émetteur est dispensé d'une publication séparée du rapport financier annuel, sous réserve, (i) de diffuser, par voie électronique, un communiqué indiquant la mise à disposition du document de référence et, (ii) d'archiver ce document sur son site Internet et sur un site référencé d'archivage pendant dix ans (*un exemple de communiqué de presse figure en Annexe 11 du Guide relatif au dépôt de l'information réglementée auprès de l'AMF et à sa diffusion*). Des informations complémentaires pour

57 - ESMA, *Press Releases, "new rules make eu issuers' annual financial reports machine-readable"*, 18 décembre 2017).

58 - AMF, Dossiers thématiques, « Dépôt électronique des documents de référence : l'AMF modernise sa procédure », 19 décembre 2017.

la préparation du document de référence sont présentées en annexe.

Depuis le 15 janvier 2018, les émetteurs doivent déposer leur document de référence, toutes les pièces accompagnant le dépôt et toutes les versions successives du document de référence auprès de l'AMF via l'extranet « ONDE », accessible sur le site internet de l'AMF à l'adresse suivante : <https://onde.amffrance.org/>.

Rapport intégré

L'information réglementée des entreprises, malgré l'objectif de transparence encouragé par le régulateur, ne permet pas pour autant une lecture aisée de leur stratégie par les parties prenantes.

La stratégie des sociétés cotées et les multiples facettes de leur *business model* méritent certainement une présentation plus cohérente que la simple juxtaposition des actuelles publications : le rapport annuel, le document de référence, le rapport RSE, etc.

Le concept de « rapport intégré » évoqué récemment dans certaines instances est intéressant dans son intention de présenter aux parties prenantes (et pas seulement à la communauté financière) la stratégie de l'émetteur en incluant notamment les dimensions sociales, sociétales et environnementales tant dans ses ambitions que dans ses modes opératoires, de manière simple, lisible et adaptée à chaque cas spécifique d'entreprise. À l'instar des pratiques émergeant à l'international, de plus en plus d'émetteurs français publient un rapport intégré, traduisant une approche volontaire et non obligatoire de communiquer au plus près des parties prenantes en s'appuyant largement sur les indicateurs publiés dans le cadre de l'information réglementée.

Comme exprimé dans sa recommandation n°2016-13 sur la responsabilité sociale, sociétale et environnementale, l'AMF est favorable à ce que le rapport intégré soit inclus dans le document de référence, *« même si les premières versions de ce reporting en construction ont le plus souvent été conçues, pour des raisons pratiques (phase d'apprentissage, sélection progressive des indicateurs, temps de remontée des données, etc.), comme des documents distincts »*. Elle indique notamment que *« l'inclusion de telles présentations dans les documents de référence est utile pour les investisseurs, dès lors que le reporting intégré conserve un objectif de concision de l'information présentée. Les investisseurs pourraient ainsi disposer d'un résumé de la stratégie et des indicateurs de performance de l'entreprise, qui constituerait une bonne introduction au document de référence. »*

Le MEDEF s'est également prononcé en faveur du reporting intégré afin d'améliorer la qualité des informations mises à la disposition des investisseurs et des autres parties prenantes à condition qu'il s'agisse d'une démarche volontaire et optionnelle répondant à une logique de synthèse des informations pertinentes. L'objectif n'étant pas simplement de collecter des données, mais de donner une vision globale et intelligible du modèle d'affaires, de la stratégie, de l'organisation et de la gouvernance de l'entreprise, avec un nombre restreint mais choisi d'indicateurs pertinents⁵⁹.

Honoraires des commissaires aux comptes

L'arrêté du 27 février 2017 a supprimé l'obligation pour les émetteurs de titres de capital de publier un communiqué sur les honoraires des commissaires aux comptes dans les 4 mois qui suivent la clôture de l'exercice (suppression de l'article 222-8 du Règlement général de l'AMF et de l'instruction n° 2006-10 de l'AMF relative à la publicité des honoraires des contrôleurs légaux des comptes et des membres de leurs réseaux).

En revanche, les émetteurs doivent fournir une information sur les honoraires des commissaires aux comptes dans l'annexe de leurs comptes consolidés établis en IFRS ou en normes françaises, ou à défaut de comptes consolidés dans l'annexe des comptes sociaux, conformément aux Règlements ANC n° 2016-07, 2016-09 et 2016-10. Les émetteurs doivent mentionner, pour chaque commissaire aux comptes, le montant total des honoraires figurant au compte de résultat de l'exercice, en séparant les honoraires afférents à la certification des comptes des autres services.

Publication au BALO

Les émetteurs sont tenus de publier au BALO dans les 45 jours suivant la tenue de l'Assemblée annuelle :

- (i) un avis indiquant que les comptes ont été approuvés sans modification par l'Assemblée générale et rappelant la date de diffusion du rapport financier annuel ou, en cas de modification par rapport aux comptes publiés dans le rapport financier annuel, les comptes annuels et les comptes consolidés approuvés, revêtus de l'attestation des commissaires aux comptes, et
- (ii) la décision d'affectation du résultat.

Voir également les obligations de publication au BALO relatives à l'Assemblée générale dans la partie 4. Gouvernement d'entreprise – Assemblée générale.

Dépôt au Greffe du Tribunal de commerce

Dans le mois qui suit l'approbation des comptes annuels par l'Assemblée générale ou dans les 2 mois suivant cette approbation lorsque ce dépôt est effectué par voie électronique, les émetteurs doivent déposer au Greffe du Tribunal de commerce, dans le ressort duquel ils ont leur siège social, les documents suivants :

- les comptes annuels et, le cas échéant, consolidés ;
- le rapport de gestion prévu par le Code de commerce, ainsi que le rapport sur le gouvernement d'entreprise qui lui est joint ;
- le rapport des commissaires aux comptes sur les comptes annuels et, le cas échéant, sur les comptes consolidés ;
- la proposition d'affectation du résultat et la résolution votée par l'Assemblée générale.

L'ordonnance n° 2017-1142 du 7 juillet 2017, prise en application de la loi « Sapin 2 » et applicable aux documents afférents aux exercices clos à compter du 31 décembre 2017 et déposés à compter du 1^{er} avril 2018, a complété l'article L. 232-23 du Code de

commerce afin d'autoriser les sociétés, lorsque leur document de référence contient certains ou la totalité des documents mentionnés ci-dessus, à le déposer au greffe du tribunal de commerce en substitution du dépôt des rapports annuels obligatoires qu'il contient. Le document de référence doit comprendre une table permettant au greffe d'identifier l'ensemble des documents qu'il contient.

PUBLICATION DES RÉSULTATS SEMESTRIELS

Dans une très large mesure, les obligations relatives à la publication des résultats semestriels sont comparables à celles s'appliquant aux résultats annuels en ce qui concerne les éléments suivants :

- communiqué de presse ;
- réunion d'information ; et
- avis financier.

La tenue d'une réunion d'information, physique ou par conférence téléphonique, ou par retransmission sur Internet, assortie de supports visuels est recommandée.

La principale différence avec les résultats annuels porte sur le délai de publication du rapport financier semestriel, plus court : celle-ci doit être effective dans les 3 mois qui suivent la fin du premier semestre.

Enfin, il n'y a pas de dépôt au Greffe du Tribunal de commerce.

Certains émetteurs peuvent décider d'actualiser leur document de référence à cette occasion. La publication des résultats semestriels, qui doit intervenir dans les 3 mois suivant la fin du premier semestre, comprend ainsi plusieurs types de documents, obligatoires ou optionnels, dont la nature, le mode et le calendrier de diffusion sont les suivants :

| Type de document Événement | Régime | Mode de publication | Calendrier |
|-------------------------------|-------------------|---|---|
| Communiqué de presse | Obligatoire | Par voie électronique Mise en ligne sur le site de l'émetteur | Après la tenue du Conseil d'administration ou du Conseil de surveillance |
| Réunion d'information | Pratique de Place | Réunion physique / conférence téléphonique | |
| Avis financier | Facultatif | Par voie de presse écrite, Internet ou radio | |
| Rapport financier semestriel | Obligatoire | Par voie électronique avec toutefois la possibilité de ne publier qu'un communiqué précisant les modalités de mise à disposition du rapport (information réglementée) Mise en ligne sur le site de l'émetteur et envoi à l'AMF | Au plus tard dans les 3 mois qui suivent la fin du 1 ^{er} semestre |

| | | | |
|--|------------|--|----------------------------|
| Actualisation du document de référence | Facultatif | Mise en ligne sur le site de l'émetteur et envoi à l'AMF | Pas de délai réglementaire |
|--|------------|--|----------------------------|

S'agissant des émetteurs cotés sur Euronext Growth, ceux-ci doivent rendre public, dans les 4 mois de la fin du second trimestre, un rapport couvrant les 6 premiers mois de l'exercice (Règles de marché Euronext Growth, § 4.2). Ce rapport qui comprend les états financiers semestriels et un rapport d'activité sur la période doit être mis en ligne sur le site Internet de l'émetteur et sur celui d'Euronext Growth pendant 2 ans. Les émetteurs dont les titres sont admis aux négociations sur Euronext Access + doivent également rendre publiques ces informations dans les 4 mois suivant la fin du second trimestre (Règles de marché Euronext Access, § 3.2).

Rapport financier semestriel

Les émetteurs cotés sur Euronext sont tenus de publier et de déposer auprès de l'AMF un rapport financier semestriel dans les 3 mois qui suivent la fin du premier semestre de leur exercice⁶⁰.

Le rapport financier semestriel doit comprendre les éléments suivants :

- des comptes condensés ou complets pour le semestre écoulé, présentés, le cas échéant, sous forme consolidée (auquel cas les émetteurs peuvent établir des états financiers complets ou consolidés selon la norme IAS 34 (« Information financière intermédiaire ») ;
- un rapport semestriel d'activité (dont le contenu est défini à l'article 222-6 du Règlement général de l'AMF) ;
- une déclaration des personnes physiques qui assument la responsabilité du rapport financier semestriel (à cet égard, il semblerait logique que le signataire des déclarations respectives du rapport financier annuel et semestriel soit la même personne) ;
- le rapport d'examen limité des commissaires aux comptes sur les comptes semestriels, qui comprend une mention sur la sincérité et la concordance avec les comptes des informations données dans le rapport semestriel d'activité.

Si une entreprise publie un jeu complet d'états financiers dans son rapport financier semestriel, la forme et le contenu de ces états doivent être conformes aux dispositions de la norme IAS 1 (« Présentation des états financiers »). Si elle publie un jeu d'états financiers condensés (ou résumés), ces états financiers condensés (ou résumés) doivent comporter au minimum chacune des rubriques et chacun des sous-totaux qui étaient présentés dans ses états financiers annuels les plus récents, ainsi que la sélection de notes explicatives imposée par l'IAS 34 (« Information financière intermédiaire »).

Ils doivent également présenter les postes ou les notes supplémentaires dont l'omission aurait pour effet de rendre trompeurs les états financiers semestriels condensés.

Lorsque l'émetteur n'est pas tenu d'établir des comptes consolidés ou d'appliquer les

60 - Article L. 451-1-2 III du Code monétaire et financier et article 222-4 du Règlement général de l'AMF.

normes comptables internationales, les comptes semestriels comprennent au minimum, (i) un bilan, (ii) un compte de résultat, (iii) un tableau indiquant les variations de capitaux propres, (iv) un tableau indiquant les flux de trésorerie, et (v) une annexe, ces comptes pouvant être condensés et l'annexe ne comporter qu'une sélection des notes les plus significatives.

Le bilan et le compte de résultat condensés comportent la totalité des rubriques et sous-totaux figurant dans les derniers comptes annuels de l'émetteur. Des postes supplémentaires sont ajoutés si, à défaut, les comptes semestriels donnent une image trompeuse du patrimoine, de la situation financière et des résultats de l'émetteur. Les notes annexes comportent au moins suffisamment d'informations pour assurer la comparabilité des comptes semestriels condensés avec les comptes annuels et suffisamment d'informations et d'explications pour que le lecteur soit correctement informé de toute modification sensible des montants et des évolutions survenues durant le semestre concerné, figurant dans le bilan et dans le compte de résultat⁶¹.

Bien que l'approbation des comptes semestriels par le conseil d'administration ou de surveillance ne soit pas légalement requise, la publication de tels comptes sans que le conseil d'administration ou de surveillance ou son comité d'audit en ait pris connaissance semblerait imprudente et contraire aux principes du gouvernement d'entreprise⁶².

Le rapport semestriel d'activité inclus dans le rapport financier semestriel doit comporter les éléments suivants :

- les événements principaux survenus pendant le premier semestre et leur incidence sur les comptes semestriels ;
- une description des principaux risques et incertitudes pour le second semestre de l'exercice, étant précisé qu'une mise à jour des facteurs de risques décrits dans le rapport de gestion ou le document de référence est suffisante ;
- pour les émetteurs d'actions, les principales transactions entre parties liées (au sens de IAS 24 sur l'« information relative aux parties liées »).

Comme le rapport financier annuel, le rapport financier semestriel doit être rendu public par voie électronique, notamment par l'intermédiaire du site Internet de l'émetteur, conformément aux modalités de diffusion de l'information réglementée décrites dans la première partie de ce guide⁶³.

L'émetteur peut toutefois choisir de diffuser un simple communiqué précisant les modalités de mise à disposition du rapport financier semestriel⁶⁴.

Enfin, si l'émetteur, dans les 3 mois qui suivent la fin du premier semestre, rend publique une actualisation du document de référence comportant toutes les informations exigées dans le rapport financier semestriel, il sera dispensé de la publication séparée de celui-ci.

61 - Article 222-5 I du Règlement général de l'AMF.

62 - Note ANSA n°06-053 du Comité juridique du 4 octobre 2006.

63 - Articles 221-3 et suivants du Règlement général de l'AMF.

64 - Article 221-4 V du Règlement général de l'AMF ; un exemple de communiqué de presse figure en Annexe 7 du Guide relatif au dépôt de l'information réglementée auprès de l'AMF et à sa diffusion de l'AMF en date du 15 avril 2013.

Publication au BALO

L'information semestrielle ne fait pas l'objet d'une publication au BALO.

PUBLICATION DES INFORMATIONS TRIMESTRIELLES OU INTERMÉDIAIRES

La publication d'une « information financière trimestrielle » au sens de la Directive Transparence n'est plus requise depuis le 1^{er} janvier 2015. Les émetteurs qui le souhaitent peuvent néanmoins décider de publier volontairement une information financière trimestrielle (ou intermédiaire), voire des comptes trimestriels (ou intermédiaires)⁶⁵. L'AMF attire ainsi l'attention des émetteurs sur les risques liés à l'absence totale de communication financière pendant une trop longue période (risque de manquement à l'obligation d'information permanente) et rappelle que cette absence d'information n'est pas favorable aux investisseurs et au bon fonctionnement du marché.

Caractéristiques de l'information trimestrielle ou intermédiaire

Afin d'éclairer au mieux les émetteurs quant à leur décision de publier ou non une information financière trimestrielle (ou intermédiaire), l'AMF a précisé les 4 points suivants :

- le choix de communiquer ou non une information financière trimestrielle doit être suivi de manière constante dans le temps pour la bonne information du marché. L'AMF recommande aux sociétés de présenter leur politique en la matière dans le calendrier de publication qu'elles communiquent sur leur site Internet en début d'année ;
- si l'émetteur fait le choix de publier une information financière trimestrielle, cette information doit être exacte, précise et sincère conformément aux principes applicables à la communication financière. Bien que le format de l'information financière trimestrielle soit laissé à l'appréciation des émetteurs, l'AMF recommande, pour la bonne information du marché, que cette information soit accompagnée d'un commentaire indiquant les conditions dans lesquelles l'activité a été exercée et rappelant notamment les opérations et les événements importants du trimestre afin d'éclairer les données financières et de permettre aux investisseurs d'appréhender au mieux la situation de l'émetteur et/ou du groupe ;
- les émetteurs doivent veiller à respecter le principe d'égalité d'accès à l'information entre les différentes catégories d'investisseurs et entre les différents pays. Dès lors, si une société communique une information financière trimestrielle à certains investisseurs, analystes ou partenaires financiers dans quelque pays que ce soit, cette information doit être immédiatement portée à la connaissance du public sous la forme d'un communiqué diffusé selon les modalités prévues aux articles 221-3 et suivants du Règlement général de l'AMF, soit notamment sur le site Internet de l'émetteur⁶⁶ ;

65 - Position-recommandation AMF n° 2016-05 – Guide de l'information périodique des sociétés cotées sur un marché réglementé (§ 4).

66 - Exemple de manquement au principe d'égalité d'accès à l'information entre analystes et actionnaires sur le fondement de l'article 223-10 du Règlement général de l'AMF (AMF Sanct., 2 novembre 2017).

- l'information financière trimestrielle dont dispose l'émetteur peut être constitutive d'une information privilégiée et devra dès lors donner lieu à une publication au titre de l'information permanente (voir Partie 1, Section 5, « *Obligation de communiquer au marché les informations privilégiées concernant l'émetteur* »). L'AMF recommande aux sociétés qui feront le choix de ne pas publier d'information financière trimestrielle de veiller tout particulièrement à leur obligation d'information permanente afin de contribuer à améliorer la confiance des investisseurs dans la transparence de leur communication financière.

ÉLÉMENTS LIÉS AUX PUBLICATIONS PÉRIODIQUES

Communication d'indicateurs alternatifs de performance

Les indicateurs de performance non définis par les normes comptables ou « indicateurs alternatifs de performance » (IAP), en anglais indicateurs « *non-GAAP* » ou « *Alternative Performance Measures* » (APM) peuvent fournir aux investisseurs des informations additionnelles pertinentes pour leur permettre une meilleure compréhension de la stratégie et de la performance financière des émetteurs.

Bien que non-définis par les normes comptables, ces indicateurs sont parfois communiqués dans les états financiers, soit parce qu'ils sont suivis par le principal décideur opérationnel dans le cadre de l'information sectorielle, soit parce qu'ils sont communiqués en supplément des informations requises par les IFRS. Lorsque ces indicateurs sont inclus dans les comptes, ils suivent les principes de présentation et de permanence des méthodes propres aux comptes.

Lorsque ces indicateurs ne sont pas inclus dans les états financiers, leur communication doit respecter les *guidelines* de l'ESMA publiées en juin 2015, et reprises par une position de l'AMF visant à améliorer la comparabilité, la fiabilité et la compréhension des IAP (Position n°2015-12 du 3 décembre 2015). Cette position est applicable aux IAP communiqués par les émetteurs ou personnes responsables du prospectus publiant des informations réglementées ou des prospectus à compter du 3 juillet 2016, et prévoit le respect des principes suivants :

- communiquer, de manière claire et intelligible, les définitions de tous les IAP utilisés, leurs composantes, le mode de calcul adopté et le détail de toute hypothèse ou de tout postulat significatif utilisé ;
- assortir les IAP de dénominations reflétant leur contenu et leur mode de calcul afin d'éviter de transmettre des messages trompeurs aux utilisateurs ;
- ne pas qualifier à tort des éléments non récurrents, peu fréquents ou inhabituels. Par exemple, des éléments avérés sur des périodes antérieures et susceptibles de se produire sur des périodes futures ne seront que rarement considérés comme non récurrents, peu fréquents ou inhabituels (tels que les coûts de restructuration ou les dépréciations) ;
- rapprocher l'IAP avec le poste des états financiers de la période correspondante, ou de son sous-total ou du total le plus proche, en présentant le montant de ce dernier et en identifiant et expliquant les principaux retraitements :

- lorsque des éléments de rapprochement sont inclus dans les états financiers, les utilisateurs doivent être en mesure de les identifier dans ces états financiers ;
- lorsqu'un élément de rapprochement ne provient pas directement des états financiers, le rapprochement doit montrer comment le chiffre a été calculé ;
- expliquer la raison de l'utilisation des IAP afin de permettre aux utilisateurs de comprendre leur pertinence et leur fiabilité ;
- ne pas présenter les IAP avec plus d'importance, d'emphase ou de prééminence que les indicateurs directement issus des états financiers ;
- assortir les IAP d'indicateurs comparatifs pour les périodes antérieures correspondantes. Lorsque les IAP se rapportent à des prévisions ou des estimations, les indicateurs comparatifs doivent être en lien avec les dernières informations historiques disponibles ;
- présenter des rapprochements pour tous les indicateurs comparatifs présentés ;
- la définition et le calcul d'un IAP doivent être cohérents dans le temps. Dans des circonstances exceptionnelles, lorsque les émetteurs décident de redéfinir un IAP, ils doivent :
 - expliquer les modifications effectuées ;
 - expliquer les raisons pour lesquelles ces modifications procurent des informations plus fiables et plus pertinentes sur la performance ; et
 - fournir des chiffres comparatifs modifiés.
- si un émetteur cesse de communiquer un IAP, il doit expliquer la raison pour laquelle il estime que cet IAP ne fournit plus d'information pertinente ;
- sauf dans le cas des prospectus, le respect des obligations d'information relatives aux IAP peut être effectué par un renvoi direct à d'autres documents publiés antérieurement, qui comportent les éléments requis sur les IAP, et qui sont immédiatement et facilement accessibles aux utilisateurs.

L'ESMA a également publié des questions-réponses, qui ont été mises à jour le 30 octobre 2017, sur ses orientations relatives aux indicateurs alternatifs de performance précisant notamment que celles-ci s'appliquent aux informations trimestrielles et intermédiaires qui pourraient être publiées dans le cadre de l'article 17 du Règlement Abus de marché. L'ESMA précise que les notions de résultats opérationnels n'étant pas définies dans le référentiel IFRS, les règles relatives aux IAP s'appliquent.

Changement d'organisation sectorielle

L'information sectorielle fournie par les entreprises est un élément clé de leur communication financière ; l'information sectorielle correspond à une segmentation des données chiffrées selon les secteurs d'activité et géographiques de l'émetteur. Elle doit être cohérente avec les informations sectorielles présentées dans les états financiers consolidés qui doivent être élaborées selon des règles fixées par la norme IFRS 8 « *Secteurs opérationnels* ». Elle est obligatoirement établie sur la base du *reporting* interne suivi par le principal décideur opérationnel dans le cadre de l'affectation des ressources aux différents secteurs et de l'évaluation régulière de leur performance.

L'information sectorielle est donc susceptible d'évoluer quand le *reporting* interne varie, par exemple à la suite de changements d'activités ou de modèles économiques liés à des opérations de croissance externe, de restructuration ou d'abandon d'activité. Elle peut également évoluer en cas de modification dans les indicateurs suivis par le principal décideur opérationnel du groupe.

Il convient d'assurer une cohérence entre les communiqués financiers et l'information sectorielle présentée dans les comptes, tant dans le découpage des secteurs que dans le choix des indicateurs de performance.

Par ailleurs l'AMF recommande de compléter, le cas échéant, cette information sectorielle par une information sur les zones géographiques et sous-secteurs opérationnels sensibles dans la communication des résultats au marché⁶⁷.

| | IFRS 8 |
|--|--|
| Principe général de détermination des segments opérationnels | Secteurs déterminés sur la base du <i>reporting</i> interne |
| Informations quantitatives | <i>A minima</i> : produit des activités ordinaires, résultat sectoriel, actifs et passifs sectoriels |
| Méthodes d'évaluation des informations sectorielles | Evaluation conforme aux principes comptables adoptés pour le <i>reporting</i> interne et, le cas échéant, rapprochement des agrégats sectoriels avec les montants consolidés IFRS correspondants |

Modification du périmètre de l'émetteur (publication d'informations *pro forma*)⁶⁸

La recommandation de l'AMF n° 2013-08, révisée le 15 avril 2016, synthétise le sujet.

Les modifications de périmètre peuvent être liées à une ou plusieurs acquisitions, cessions, scission (« *spin-off* »), « *carve out* », fusions ou encore apports partiels d'actifs. Si les changements modifient significativement les états financiers consolidés, il convient de fournir des informations *pro forma* (une présentation comptable permettant de comparer à titre illustratif deux exercices comptables en harmonisant certains éléments variables comme le changement du périmètre de la société) illustrant les résultats du nouveau périmètre comme si l'opération avait eu lieu au début de la période reportée.

67 - Position-recommandation AMF n° 2016-05 – Guide de l'information périodique des sociétés cotées sur un marché réglementé (§ 6).

68 - Recommandation AMF n° 2013-08 relative à l'information financière *pro forma*.

La nature des informations *pro forma* requises diffère selon qu'elles seront incluses dans un prospectus, un document de référence ou un rapport financier (annuel ou semestriel). Le tableau ci-dessous synthétise les différents textes et leur implication sur les informations *pro forma* à présenter :

| | Textes | Facteurs déclenchants | Seuil | Période de présentation | Nature des informations | Rapport spécifique des CAC |
|-----------------------|---------------------------------|--|--------------------|--|--|--|
| Prospectus | Annexe II du Règlement européen | Modification significative des valeurs brutes | 25 % ⁶⁹ | Exercice en cours | Pas de définition précise mais possibilité par exemple de donner : bilan, compte de résultat et notes explicatives, tableau de variation des capitaux propres | Oui |
| Document de référence | Instruction AMF 2005-11 | Modification significative des valeurs brutes | 25 % ⁶⁹ | Exercice clôturé le plus récemment et/ou Période intermédiaire la plus récente | | |
| Rapport financier | Recommandation AMF 2013-08 | Changement de périmètre | 25 % ⁷⁰ | Au moins l'exercice en cours (exercice concerné) | Fournir dans l'annexe aux comptes, en sus ou non des informations requises par les règles comptables (voir <i>infra</i>), des soldes intermédiaires du compte de résultat | Non (information incluse dans les notes annexes) |
| IFRS | IFRS 3, IFRS 5 | Regroupement d'entreprise (IFRS 3) / Cession ou abandon d'activités (IFRS 5) | Aucun seuil | Exercice en cours (exercice concerné) | - IFRS 3 : impact sur le chiffre d'affaires et le résultat, comme si le regroupement avait eu lieu au premier jour de l'exercice - IFRS 5 : présentation des impacts sur le compte de résultat et le bilan sur des lignes séparées (retraitement du compte de résultat des exercices comparatifs mais pas des bilans comparatifs) | Non (information incluse dans les notes annexes) |

L'information *pro forma* à fournir dépendra également de la date du facteur déclenchant.

69 - Le seuil doit s'apprécier au niveau de chaque transaction.

70 - Le seuil doit s'apprécier compte tenu de toutes les transactions.

Le tableau ci-dessous synthétise, pour ces différents documents, les textes qui s'appliquent et les obligations d'informations *pro forma* à respecter selon que la transaction est réalisée sur l'exercice de la période concernée ou postérieurement :

| | Rapport financier | Document de référence | Prospectus |
|---|--|--|---|
| Textes | Informations requises par la recommandation AMF 2013-08 | Informations requises par l'annexe II du Règlement européen et l'instruction AMF 2005-11 | Informations requises par l'annexe II du Règlement européen |
| Transaction réalisée sur l'exercice ou la période concernée | Fournir en sus ou non des informations requises par les règles comptables, des soldes intermédiaires du compte de résultat | Aucune information complémentaire à fournir, sauf en cas d'acquisition d'actifs (ou passifs) isolés, ou d'engagement financier important non reflété dans les comptes (projet de cession) ou de cession d'activités pour laquelle le seuil de 25 % est franchi mais dont l'activité cédée n'est pas considérée comme abandonnée au sens de la norme IFRS 5 (donc sans retraitement du compte de résultats) | |
| Transaction réalisée postérieurement à l'exercice ou à la période concernée | | Fournir des informations <i>pro forma</i> telles que prévues à l'annexe II du RE ¹ Prospectus + rapport spécifique Cac ² | |

¹ RE : Règlement Européen - ² Cac : Commissaires aux comptes

Changement de date de clôture

Le changement de date de clôture d'un exercice comptable entraîne une asymétrie dans l'information financière donnée au marché. Dans sa recommandation n° 2013-08, l'AMF recommande en conséquence de fournir une information *pro forma* pour les principaux agrégats comptables sur une base comparable, dans le but de permettre une utilisation prospective de ces données. En cas d'impossibilité de produire cette information retraitée, il conviendra de la justifier en annexe aux états financiers.

L'AMF précise ainsi, à titre d'exemple, que si un émetteur clôturant ses comptes au 31 mars décidait de changer sa date de clôture pour la fixer au 31 décembre, le nouvel exercice comptable aurait une durée de 9 mois. Il lui serait alors recommandé de fournir une information retraitée sur les principaux agrégats comptables, en retenant une période de 12 mois se terminant à la période de la nouvelle date de clôture.

Retraitement comptable

Lorsque l'émetteur procède à un retraitement comptable lié à une erreur et/ou à un changement de méthode comptable, l'information qui s'y rapporte est en principe communiquée au marché dans le cadre de l'information périodique dans les annexes des comptes ; elle doit être conforme aux principes édictés par la norme IAS 8 (« Méthodes comptables, changements d'estimations comptables et erreurs »).

Si l'émetteur estime qu'une communication immédiate est appropriée, son communiqué doit indiquer, *a minima*, les impacts financiers du retraitement sur ses comptes si l'information est suffisamment fiable, l'origine et la nature de l'erreur, ainsi que, le cas échéant, les impacts sur les objectifs qu'il a éventuellement communiqués.

Il appartient à l'émetteur d'apprécier si la communication des conséquences éventuelles du retraitement sur ses clauses de sauvegarde ou « *covenants* » bancaires est opportune et justifiée.

Concernant l'entrée en vigueur de nouvelles normes comptables (par exemple IFRS 15 sur la reconnaissance du revenu, IFRS 16 sur les contrats de location et IFRS 9 sur les instruments financiers), l'ESMA et l'AMF recommandent de communiquer les impacts majeurs attendus dans les comptes et d'enrichir progressivement la communication financière sur ces impacts au fur et à mesure que la date d'entrée en application approche⁷¹.

Calendrier de communication financière

L'AMF recommande aux émetteurs de définir et de publier leur calendrier prévisionnel de communication financière, précisant les dates des différentes publications périodiques et les raisons justifiant le choix de ces dernières, dans leur rapport annuel et sur leur site Internet dans une rubrique clairement identifiée. Il est aussi de bonne pratique de publier ce calendrier dans un communiqué de presse.

En cas de modification d'une ou plusieurs dates initialement communiquées, il conviendra d'apprécier la nécessité d'un communiqué de presse (s'agissant du cas particulier de la modification de la date de paiement du dividende, voir *infra*, « *Modification de la date de paiement du dividende* »).

Dans tous les cas, le calendrier de communication devra être mis à jour chaque année (AMF, position-recommandation n° 2016-05 – Guide de l'information périodique des sociétés cotées sur un marché réglementé).

Information sur la Responsabilité Sociétale et Environnementale (« RSE »)

L'ordonnance n° 2017-1180 du 19 juillet 2017 et son décret d'application n° 2017-1265 du 9 août 2017 ont remplacé, pour les rapports afférents aux exercices ouverts à compter du 1^{er} septembre 2017, les informations sociales et environnementales anciennement prévues à l'article L. 225-102-1 du Code de commerce par une **déclaration de performance extra-financière**⁷² qui devra être insérée dans le rapport de gestion des

71 - Documents AMF n° 2016-03, 2016-09 et 2016-12.

72 - Pour plus d'informations, voir le Guide méthodologique « Reporting RSE, Déclaration de performance extra-financière », 2^e édition, publié par le Medef, le 25 septembre 2017.

73 - Articles L.225-102-1, I à III et R. 225-104 du Code de commerce. La déclaration de performance extra-financière s'appliquera aussi aux sociétés dont les titres ne sont pas admis aux négociations sur un marché réglementé mais dont le total de bilan ou le chiffre d'affaires net excède 100 millions d'euros et dont le nombre moyen de salariés permanents est supérieur à 500 au cours de l'exercice. D'autres entités désignées comme entité d'intérêt public par la directive dite « comptable » 2013/34/UE et dépassant les seuils prévus pour les sociétés cotées ou non cotées sont également soumises à cette obligation en application de textes spécifiques.

74 - Article L. 225-102-1, III du Code de commerce.

75 - Article R. 225-105, I du Code de commerce.

76 - Article R. 225-105-1, I et II du Code de commerce.

77 - Commission européenne, Lignes directrices sur l'information non financière (méthodologie pour la communication d'informations non financières), 2017/C 215/01, 5 juillet 2017.

sociétés dont les titres sont admis aux négociations sur un marché réglementé et (i) dont le total de bilan excède 20 millions d'euros ou dont le chiffre d'affaires net excède 40 millions d'euros et (ii) qui emploient un nombre moyen de salariés permanents supérieur à 500 au cours de l'exercice. Les sociétés non cotées sur un marché réglementé sont également soumises à cette obligation lorsqu'elles dépassent certains seuils⁷³.

Les sociétés établissant des comptes consolidés devront publier une déclaration consolidée de performance extra-financière lorsque l'ensemble des sociétés incluses dans le périmètre de consolidation excède ces seuils. En revanche, les sociétés dépassant ces seuils mais se trouvant sous le contrôle d'une société qui les inclut dans ses comptes consolidés n'auront pas à publier d'informations non financières si cette dernière société établit elle-même une déclaration consolidée.

La déclaration de performance extra-financière présente, selon le principe « *comply or explain* », des informations sur la manière dont la société prend en compte **les conséquences sociales et environnementales de son activité** (notamment les informations relatives aux conséquences sur le changement climatique de l'activité de la société et de l'usage des biens et services qu'elle produit, à ses engagements sociétaux en faveur du développement durable, de l'économie circulaire et de la lutte contre le gaspillage alimentaire, aux accords collectifs conclus dans l'entreprise et à leurs impacts sur sa performance économique) mais uniquement « dans la mesure nécessaire à la compréhension de la situation de la société, de l'évolution de ses affaires, de ses résultats économiques et financiers et des incidences de son activité »⁷⁴. Les sociétés cotées sur un marché réglementé, excédant les seuils précités devront, en outre, présenter les effets de l'activité de la société quant au **respect des droits de l'homme** et à la **lutte contre la corruption**.

Pour chaque catégorie d'information mentionnée ci-dessus, la déclaration devra inclure⁷⁵ :

- une description des principaux risques liés à l'activité, y compris, lorsque cela s'avérera pertinent et proportionné, les risques créés par ses relations d'affaires, ses produits ou ses services ;
- une description des politiques appliquées incluant, le cas échéant, les procédures de diligence raisonnable mises en œuvre pour prévenir, identifier et atténuer la survenance de ces risques ;
- les résultats de ces politiques, incluant des indicateurs clés de performance.

La déclaration présente les données observées au cours de l'exercice clos et, le cas échéant, au cours de l'exercice précédent de façon à permettre une comparaison entre ces données. Lorsque la société se conforme volontairement à un référentiel national ou international en matière sociale ou environnementale, elle doit désormais le mentionner en indiquant les préconisations retenues⁷⁶.

La Commission européenne a, par ailleurs, publié des lignes directrices non contraignantes visant à aider les sociétés à communiquer des informations non financières (en matière environnementale, sociale et de gouvernance) et relatives à la diversité, conformément à la directive 2014/95/UE du 22 octobre 2014⁷⁷.

La déclaration devra être mise à la disposition du public et rendue aisément accessible sur le site internet de la société dans un délai de huit mois à compter de la clôture de l'exercice et pendant une durée de cinq ans⁷⁸.

Les informations mentionnées dans la déclaration devront être vérifiées par un organisme tiers indépendant (OTI), dont l'avis sera transmis aux actionnaires, pour les sociétés dont (i) le total de bilan ou le chiffre d'affaires net excède 100 millions d'euros et (ii) dont le nombre de salariés est supérieur à 500, que les titres de la société soient ou non admis aux négociations sur un marché réglementé. Le rapport de l'OTI comprend (i) un avis motivé sur la conformité de la déclaration aux mentions devant y figurer en application de l'article R. 225-105 et sur la sincérité des informations fournies et (ii) les diligences mises en œuvre par l'OTI pour conduire la mission de vérification⁷⁹.

Plan de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre

Depuis l'entrée en vigueur de la loi n° 2017-399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre, les sociétés entrant dans le champ d'application du nouvel article L. 225-102-4 du Code de commerce sont tenues d'établir, de mettre en œuvre et de rendre public un plan de vigilance (dont le contenu est précisé ci-après) ainsi que le compte-rendu de sa mise en œuvre. Ces deux documents seront rendus publics et inclus dans le rapport de gestion mentionné au deuxième alinéa de l'article L. 225-100 du Code de commerce.

Cet article concerne toute société employant à la clôture de deux exercices consécutifs au moins 5000 salariés en son sein et dans ses filiales directes ou indirectes dont le siège social est fixé sur le territoire français ou au moins 10000 salariés en son sein et dans ses filiales directes ou indirectes dont le siège social est fixé sur le territoire français ou à l'étranger.

Ce plan présente les mesures de vigilance raisonnables propres à identifier les risques et à prévenir les atteintes graves envers les droits humains et les libertés fondamentales, la santé et la sécurité des personnes ainsi que l'environnement résultant des activités de la société et de celle des sociétés qu'elle contrôle au sens de l'article L. 233-16 II du Code de commerce, directement ou indirectement, ainsi que des activités des sous-traitants ou fournisseurs avec lesquels est entretenue une relation commerciale établie, lorsque ces activités sont rattachées à cette relation.

78 - Article R 225-105-1, III du Code de commerce.

79 - Article R. 225-105-2 du Code de commerce.

2 PUBLICATION D'INFORMATIONS PROSPECTIVES OU ESTIMÉES

PUBLICATION D'INFORMATIONS PROSPECTIVES QUALITATIVES

La communication au marché par l'émetteur d'informations prospectives qualitatives est **obligatoire** :

- dans le rapport de gestion préparé pour les besoins de l'Assemblée générale, en application des articles L. 233-26 et L. 232-1 II du Code de commerce (article L. 233-26 : « *Le rapport de gestion du groupe expose (...) l'évolution prévisible [de l'ensemble constitué par les entreprises comprises dans la consolidation]* » ; article L. 232-1 II : « *Le rapport de gestion expose (...) l'évolution prévisible [de la société]* » ;
- dans le document de référence en application des rubriques 20.9 « *Changement significatif de la situation financière et des résultats* » et 12.2 « *Informations sur les tendances* » de l'annexe I du Règlement Prospectus (rubrique 20.9 : « *Décrire tout changement significatif de la situation financière ou commerciale du groupe survenu depuis la fin du dernier exercice pour lequel des états financiers vérifiés ou des états financiers intermédiaires ont été publiés, ou fournir une déclaration négative appropriée* » ; rubrique 12.2 : « *Signaler toute tendance connue, incertitude ou demande ou tout engagement ou événement raisonnablement susceptible d'influer sensiblement sur les perspectives de l'émetteur, au moins pour l'exercice en cours* »).

Dans certains cas, les informations prospectives qualitatives communiquées par un émetteur peuvent être requalifiées par l'AMF de prévisions de résultats (voir *infra*).

PUBLICATION D'INFORMATIONS FINANCIÈRES PROSPECTIVES QUANTITATIVES

La communication au marché par l'émetteur d'informations financières prospectives quantitatives concernant ses propres perspectives est **facultative** et s'effectue à son entière discrétion. Cette communication dépend notamment des spécificités et des pratiques sectorielles existant en la matière. Ces informations se distinguent des données financières estimées qui constituent des informations financières relatives à une période passée (voir Partie 2, Section 2 : « *Publication de données financières estimées* »).

Il convient de distinguer le traitement de la publication d'informations financières prospectives quantitatives selon qu'elle s'effectue dans le cadre de l'information périodique ou dans le cadre d'un prospectus.

Dans le cadre de l'information périodique

Parmi les informations financières prospectives, il convient de distinguer les « objectifs » et les « prévisions ». Cette distinction a été clarifiée en avril 2000 par le rapport du groupe de travail présidé par Jean-François Lepetit⁸⁰, lequel a indiqué que « *les objectifs traduisent de façon chiffrée et synthétique les effets attendus de la stratégie arrêtée par les organes dirigeants que ce soit en termes commerciaux (par exemple : part de marché ou croissance du chiffre d'affaires etc.) ou en termes financiers (par exemple : retour sur capitaux engagés, résultat par action etc.). Ils expriment donc des buts que les responsables de l'entreprise se sont fixés en fonction de leur anticipation des conditions économiques prévalentes, souvent exprimées de façon normative, et des moyens qu'ils ont décidé de mettre en œuvre.*

S'agissant des prévisions, le rapport de ce groupe de travail a énoncé que « *d'une manière générale, les prévisions sont les résultantes, chiffrées, d'études visant à déterminer un ensemble de grandeurs relatives à une période future (appelées hypothèses)* » et rappelle que « *la publication de prévisions de résultats sera généralement de la responsabilité des analystes financiers, car il s'agit d'un travail comportant par nature un fort degré d'aléa, les réalisations différant parfois de manière significative des prévisions initialement présentées.*

Dans le cas où les données financières sont qualifiées de « prévisions » (vs. « objectifs ») par l'émetteur dans son document de référence, elles devront être accompagnées d'une description des hypothèses sous-jacentes et d'un rapport des contrôleurs légaux.

Lorsque l'émetteur choisit de publier des données financières prospectives quantitatives le concernant, la pratique consiste en général à communiquer ces objectifs ou ces prévisions à l'occasion de la publication de ses résultats semestriels ou annuels.

En toute hypothèse, l'émetteur ne peut communiquer des informations financières prospectives quantitatives au marché qu'à la condition que la fiabilité des données ait été contrôlée en interne avant toute communication afin de s'assurer de la pertinence des informations communiquées et d'éviter que le public ne soit induit en erreur sur ses résultats prévisibles. Conformément aux recommandations du rapport du groupe de travail sur les avertissements sur résultats, la publication de données financières prospectives quantitatives par l'émetteur devrait indiquer clairement la nature de ces informations, « objectifs » ou « prévisions », ainsi que leur horizon.

Dans le cadre d'un prospectus

Lorsque des informations financières prospectives quantitatives sont communiquées par l'émetteur dans le cadre d'un prospectus et que ces informations peuvent être qualifiées de « prévisions de bénéfice » au sens du Règlement Prospectus, elles doivent être accompagnées d'une description des hypothèses sous-jacentes et d'un rapport des contrôleurs légaux. Ce rapport atteste que ces prévisions ont été établies sur la base des hypothèses indiquées et que les méthodes comptables utilisées sont conformes à

80 - Rapport relatif aux avertissements sur résultats en date du 6 avril 2000 réalisé par le Groupe de travail présidé par Jean-François Lepetit, constitué sous l'égide de la COB.

celles appliquées par l'émetteur pour l'établissement des comptes. Pour rappel, le Règlement Prospectus définit la notion de bénéfice comme « *une séquence de mots qui énonce expressément ou indique implicitement un chiffre donné ou un chiffre minimum ou maximum correspondant au niveau probable des profits ou des pertes pour l'exercice en cours et/ou les exercices suivants, ou qui contient des données sur la base desquelles les profits ou les pertes futurs peuvent être calculés, même si aucun chiffre particulier n'est indiqué ni le mot « bénéfice » employé* ».

La notion de « prévisions de bénéfice » au sens du Règlement Prospectus a fait l'objet d'une position de l'AMF n°2006-17 en date du 10 juillet 2006 et de questions-réponses datées du 23 octobre 2007 (Position AMF n° 2007-17). L'AMF y indique notamment les critères d'analyse à prendre en compte pour déterminer si une information financière prospective constitue ou non une prévision de bénéfice au sens du Règlement Prospectus. Elle formule également des recommandations concernant le traitement des prévisions de bénéfice dans le document de référence en cas d'incorporation par référence de ce dernier dans un prospectus.

PUBLICATION DE DONNÉES FINANCIÈRES ESTIMÉES

De façon facultative, l'émetteur peut communiquer, en amont du communiqué d'annonce des résultats, des données financières estimées, après la date de clôture de l'exercice ou du semestre, mais avant la publication des comptes définitifs pour cette même période. Si, historiquement, les émetteurs ont pu recourir à cette communication de données financières estimées ou « provisoires », le raccourcissement des délais de publication fait que cette pratique tombe progressivement en désuétude.

En toute hypothèse, en dehors de certains cas particuliers (par exemple en cas de réalisation d'une opération financière après la fin d'une période comptable mais avant la publication des comptes), une telle pratique n'est pas recommandée.

Si l'émetteur décide de procéder à la publication de données financières estimées, il doit respecter les principes généraux rappelés par l'AMF dans son guide de l'information périodique des sociétés cotées sur un marché réglementé et les principes édictés par la position-recommandation de l'AMF n° 2004-04 modifiée le 4 décembre 2013 (Position-recommandation AMF n° 2004-04, Communications portant sur les données financières estimées), dont notamment les principes suivants :

- toute information financière, autre que le chiffre d'affaires, délivrée entre la date de clôture des comptes et leur date de publication doit systématiquement être qualifiée de « résultats (ou données financières) estimé(e)s » à l'exclusion de toute autre terminologie et l'émetteur doit lever tout risque de confusion avec les comptes définitifs que ce soit dans la terminologie ou la présentation ;
- la communication doit clairement faire apparaître le degré d'implication, dans l'examen des données financières estimées de l'organe compétent pour l'arrêté des comptes (conseil d'administration ou directoire selon le cas) ainsi que la date prévue d'arrêté officiel des comptes ;

- l'information donnée au marché doit être la plus cohérente et la plus complète possible compte tenu de l'état d'avancement des travaux de clôture ;
- la fiabilité des informations communiquées au marché doit être assurée par le respect d'un processus comptable et/ou budgétaire approprié et l'émetteur doit indiquer que les données communiquées n'ont pas encore été vérifiées par les commissaires aux comptes ou qu'ils sont en cours d'audit ;
- si la publication ultérieure des comptes définitifs fait apparaître des écarts significatifs par rapport aux données estimées précédemment publiées, ces écarts devront être expliqués de manière spécifique ;
- si un émetteur communique des données financières estimées dans le cadre d'un prospectus antérieurement à la date d'arrêt de ses comptes par l'organe compétent, l'AMF recommande de faire établir le rapport sur l'estimation du bénéfice par ses commissaires aux comptes ;
- si un émetteur communique des données financières estimées dans le cadre d'un prospectus postérieurement à la date d'arrêt de ses comptes par l'organe compétent et avant l'émission du rapport des commissaires aux comptes sur les comptes consolidés ou sociaux, l'AMF recommande aux émetteurs de faire les déclarations prévues par le Règlement Prospectus, en obtenant une déclaration écrite des commissaires aux comptes, attestant que les données financières estimées sont substantiellement conformes aux chiffres définitifs qui seront publiés dans les prochains états financiers vérifiés.

Lorsque l'émetteur inclut une estimation de résultats dans un prospectus, cette estimation doit être accompagnée d'une description des hypothèses sous-jacentes et d'un rapport des contrôleurs légaux. Ces derniers attestent que ces estimations ont été établies sur la base des hypothèses indiquées et que les méthodes comptables utilisées sont conformes à celles appliquées par l'émetteur pour l'établissement des comptes.

AVERTISSEMENT SUR RÉSULTATS (*PROFIT WARNING*)

Une politique de communication claire et stable dans le temps devrait permettre aux sociétés de ne pas se trouver dans une situation où elles doivent publier en urgence un avertissement sur résultats (*« profit warning »*) visant à informer le marché que ses perspectives financières doivent être modifiées. Néanmoins, en dépit des efforts des sociétés tendant à améliorer la qualité et la régularité de leur information financière, un émetteur peut se trouver dans une situation où il doit, au titre de ses obligations d'information permanente, publier un avertissement sur résultats, à la hausse ou à la baisse.

L'ESMA a spécifiquement indiqué dans ses orientations relatives au Règlement Abus de marché que le report de publication d'une information privilégiée qui « *diffère des annonces publiques ou des objectifs financiers communiqués par l'émetteur ou des attentes du marché basées sur des signaux envoyés à celui-ci par l'émetteur* » serait susceptible d'induire le public en erreur.

L'AMF recommande⁸¹ ainsi aux émetteurs d'être particulièrement vigilants quant au respect de l'obligation de communiquer dès que possible une information privilégiée, lorsqu'ils constatent que les résultats ou d'autres indicateurs de performance qu'ils anticipent :

- devraient s'écarter des résultats ou autres indicateurs de performance anticipés par le marché même si l'émetteur n'a pas communiqué d'objectifs ou de prévisions au marché ou qu'il n'existe pas de consensus de marché ;
- et que ces résultats ou autres indicateurs de performance seraient susceptibles d'influencer de façon sensible le cours des instruments financiers de cet émetteur ou le cours d'instruments financiers dérivés qui leur sont liés⁸².

Lorsque l'écart porte uniquement sur les hypothèses économiques retenues (exemple : taux de change, anticipations différentes sur l'évolution des prix des matières premières entre la société et les analystes), la société n'a pas d'obligation d'apporter des précisions supplémentaires.

Cependant, si les dirigeants concluent que cet écart provient d'une explication insuffisante de la stratégie de l'entreprise, de ses déterminants économiques propres ou de son degré de sensibilité aux variables exogènes, une communication spécifique devrait intervenir pour rétablir un niveau satisfaisant d'information concernant ce ou ces éléments. Cette communication peut être suivie d'une réunion d'analystes.

Au-delà de l'explication ponctuelle attendue, le contenu de cette communication devrait également privilégier les éléments qualitatifs et d'ordre stratégique ainsi que les mesures qui vont être prises, afin que le marché puisse apprécier sa capacité à maîtriser les événements.

3 | ÉVÉNEMENTS LIÉS À L'ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE

Les informations relatives à l'activité commerciale, la production, la recherche et développement et, dans une certaine mesure, la vie sociale de l'entreprise, constituent avec les annonces à caractère plus stratégique (acquisitions ou cessions), le *newsflow* de l'émetteur, destiné à illustrer la mise en œuvre de sa stratégie et participant de son image. **L'émetteur doit toujours veiller à ce que les événements qu'il décide de communiquer revêtent un caractère significatif, afin d'éviter de saturer les acteurs des marchés en leur délivrant trop d'informations non hiérarchisées.**

Ainsi, des informations à caractère commercial, technique, d'intérêt local, ou spécifique (liées à un secteur ou une technologie), n'atteignant pas un certain seuil de matérialité (voir *infra*), peuvent ne pas faire l'objet d'une diffusion effective et intégrale (car elles ne constituent pas une information réglementée), mais seulement être mises à disposition sur le site Internet de l'émetteur.

81 - Position-recommandation AMF n° 2016-08 – Guide de l'information permanente et de la gestion de l'information privilégiée (§ 1.4.2).

82 - Pour un exemple de condamnation d'un émetteur ayant manqué à son obligation de communication immédiate de difficultés financières : Voir AMF Sanc., 20 juin 2017, SAN-2017-06.

Lorsque survient un événement lié à l'activité de l'entreprise, l'émetteur apprécie donc si une communication au marché est requise eu égard au caractère significatif ou non de cet événement et de l'impact éventuel qu'il pourrait avoir sur le cours de bourse de l'émetteur. L'émetteur pourra se baser notamment sur les critères suivants :

- conséquences attendues sur les performances financières (chiffre d'affaires, marge, coûts induits) ;
- effets sur la structure financière (endettement net, capitaux propres) ;
- impacts estimés en termes de positionnement concurrentiel (gain ou perte de parts de marché, avancées technologiques conférant un atout compétitif, etc.), de la stratégie (conquête d'une nouvelle zone géographique, diversification des activités, etc.) ;
- répercussions sociales estimées (recrutement, réorganisation fonctionnelle, etc.), et, en particulier, sur la zone concernée (pays, commune, département, région, etc.) ;
- secteur d'activité de l'émetteur (par exemple : importance particulière des brevets pour les émetteurs intervenant dans les secteurs de la pharmacie ou des cosmétiques, importance des grands contrats en matière pétrolière, etc.).

ACTIVITÉ COMMERCIALE

Il peut s'agir notamment de la signature ou de la perte d'un contrat, de l'échec d'un rachat de dette⁸³, d'un nouveau client ou de la perte d'un client, de la signature ou de la perte d'un accord commercial, ou encore d'un nouveau partenariat ou de la fin d'un partenariat.

Le communiqué de presse éventuel fournira : une mise en perspective stratégique, la présentation du contrat, de l'accord commercial ou du partenariat, le chiffre d'affaires qu'il représente. Enfin, une présentation du client ou du partenaire peut figurer dans le communiqué de presse.

PRODUCTION

Il peut s'agir par exemple de l'annonce d'un plan d'investissement industriel, d'un plan de réorganisation ou de restructuration, du démarrage ou de l'arrêt d'une ligne de production ou d'un site de production.

Les points pouvant être mentionnés dans d'éventuels communiqués de presse sont : le rappel du contexte stratégique et de marché, la nature de la production, les sites concernés, le calendrier prévisionnel de démarrage ou d'arrêt des installations industrielles, le montant de l'investissement ou l'impact cash et non cash sur les comptes de la cessation d'activité, l'impact éventuel sur l'organisation de l'émetteur, les effectifs concernés.

RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT

Il peut s'agir par exemple du dépôt, de la perte, du lancement, du changement ou de l'abandon d'une marque, d'un brevet ou d'une licence, du lancement ou de l'arrêt d'un produit ou d'un service. Dans certains secteurs, notamment la santé et les biotechnologies, les sociétés devront être particulièrement vigilantes sur la communication au marché de l'évolution des différentes phases de leurs projets de R&D et des résultats des tests et études susceptibles de constituer une information privilégiée.

Si un communiqué de presse est publié, il mentionnera : les impacts estimés sur l'activité, les coûts de R&D ou de marketing, le calendrier d'adoption ou d'abandon, éventuellement les clients concernés.

ÉVÉNEMENTS SOCIAUX

Plan social ou licenciements, grève

Si l'émetteur décide de diffuser un communiqué de presse sur l'un de ces thèmes, il pourra rappeler : le contexte stratégique, macro-économique, concurrentiel et social de l'entreprise, les raisons ayant présidé à ce type de décisions, les effectifs et sites concernés, les impacts possibles, en trésorerie et autres.

Il convient de souligner que, dans tous les cas, la communication au marché relative à un plan social doit être coordonnée avec l'information/consultation des institutions représentatives du personnel de l'émetteur.

Plan d'Épargne Entreprise (PEE)

La communication relative au PEE ne peut se concevoir que si sa création constitue un changement significatif, par exemple dans la détention par les salariés du capital de l'émetteur.

Il conviendra de veiller également à respecter la réglementation sur l'information des institutions représentatives du personnel.

DIFFICULTÉS FINANCIÈRES⁸⁴

L'AMF est particulièrement attentive à l'information financière diffusée par des émetteurs en difficulté. Par principe, l'émetteur demeure redevable d'informations au marché quelle que soit la nature de la procédure engagée.

L'information financière périodique doit être donnée au marché, quelles que soient les difficultés auxquelles fait face la société cotée et sa situation au regard du

⁸⁴ - Position-recommandation AMF n° 2016-08 – Guide de l'information permanente et de la gestion de l'information privilégiée (§ 1.4.4).

déclenchement d'une procédure de prévention ou collective. À cet égard, tout émetteur rencontrant des difficultés financières doit être particulièrement diligent sur l'évolution de son niveau d'endettement et de sa trésorerie disponible lors de ses communications périodiques.

La mise en œuvre de l'obligation d'information permanente est plus complexe au regard de la confidentialité des procédures de prévention des difficultés des entreprises (mandat *ad hoc* et conciliation). À l'inverse, aucune confidentialité n'étant attachée au déroulement des procédures collectives (sauvegarde, redressement ou liquidation judiciaires), le principe d'obligation d'information permanente s'applique pleinement.

L'AMF recommande ainsi aux émetteurs en difficulté financière d'être particulièrement vigilants quant au respect de l'obligation d'information du marché dès que possible lors des différentes étapes des procédures et notamment à l'issue des négociations avec les créanciers pour les émetteurs engagés dans une procédure préventive, à l'ouverture d'une procédure collective, lors de la réception des offres de reprise, ou à l'occasion de la modification des échéances de la procédure. En amont de toute procédure collective, l'AMF a par exemple sanctionné un émetteur, sur le fondement de l'article 223-2 de son règlement général, pour avoir publié une information relative à la dégradation significative de son résultat opérationnel courant, seulement six mois après qu'il ait eu connaissance de cette information précise, non publique et susceptible d'influencer le cours de ses instruments financiers⁸⁵.

Par ailleurs, il est recommandé d'informer l'AMF dès l'ouverture d'une procédure de prévention des difficultés de la société et de son évolution dans le temps, et dès l'ouverture d'une procédure collective. Dans ce dernier cas, l'émetteur veillera également à préciser son calendrier prévisionnel.

4 | GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

LA RÉFÉRENCE À UN CODE DE GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

Les dispositions de la Directive 2013/34/UE instaurant le principe « *comply or explain* » ont été transposées à l'article L. 225-37-4-8° du Code de commerce. Le rapport sur le gouvernement d'entreprise doit préciser « *Lorsqu'une société se réfère volontairement à un code de gouvernement d'entreprise élaboré par les organisations représentatives des entreprises, les dispositions qui ont été écartées et les raisons pour lesquelles elles l'ont été, ainsi que le lieu où ce code peut être consulté* ».

Ces informations doivent être suffisamment claires, précises et complètes. Elles doivent porter sur (i) les recommandations effectivement appliquées par les sociétés (qui doivent alors décrire de quelle manière elles les appliquent et faire apparaître ces

85 – AMF,
Commission
des sanctions,
20 juin 2017,
SAN-2017-06.

informations sur leur site Internet) et (ii) les recommandations auxquelles les sociétés dérogent (elles doivent notamment expliquer de quelle manière elles y dérogent, quelles sont les raisons de cette dérogation et quelles sont les mesures mises en œuvre afin d'atteindre l'objectif sous-jacent de la recommandation en question).

Les deux principaux codes de gouvernement d'entreprise auxquels se réfèrent les émetteurs à ce jour sont le **Code AFEP-MEDEF** de gouvernement d'entreprise des sociétés cotées et le **Code Middenext** pour les valeurs moyennes et petites.

Notons que le Code AFEP-MEDEF dans sa version de novembre 2016 reprend l'ensemble de ces recommandations, tout comme l'AMF qui recommande par ailleurs aux émetteurs d'indiquer ces informations dans une rubrique ou un tableau spécifique du document de référence ou du rapport annuel⁸⁶.

L'AMF publie chaque année un rapport sur les pratiques constatées et émet des recommandations en matière d'information à fournir sur la gouvernance et la rémunération des dirigeants (*Rapport 2017 AMF sur le gouvernement d'entreprise et la rémunération des dirigeants*).

COMPOSITION DES ORGANES DE DIRECTION, D'ADMINISTRATION OU DE SURVEILLANCE

Nomination, révocation ou démission d'un membre du conseil d'administration ou de surveillance

En principe, la communication relative à la composition du conseil d'administration ou du conseil de surveillance est effectuée dans le cadre de l'information périodique (cette information est en effet incluse dans le rapport sur le gouvernement d'entreprise joint au rapport de gestion et dans le document de référence).

Dans le cas où l'émetteur anticiperait cette communication, son communiqué de presse présentera la personne concernée, les principales fonctions qu'elle exerce et éventuellement, expliquera le motif de sa nomination, de sa révocation ou de sa démission. En pratique, les émetteurs ne diffuseront un tel communiqué que lorsqu'il s'agit du Président du conseil ou d'un membre du conseil représentant un actionnaire stratégique ou encore de l'expert en matière financière ou comptable du comité d'audit.

En cas de proposition par les organes dirigeants d'une nomination à l'Assemblée générale, le communiqué de presse peut être publié à l'issue du conseil d'administration ou du conseil de surveillance, selon le cas, ou au plus tard lors de la publication de la résolution de l'Assemblée générale.

En cas de cooptation par le conseil d'administration ou le conseil de surveillance ou de démission, le communiqué doit être publié à l'issue du conseil d'administration ou du conseil de surveillance qui a procédé à la cooptation ou au cours duquel la démission est intervenue.

En cas de révocation du dirigeant décidée par l'Assemblée générale, la communication doit avoir lieu à l'issue de l'Assemblée générale qui a décidé la révocation.

Nomination, révocation ou démission d'un membre de la direction générale ou du directoire

La communication portant sur la personne du directeur général ou des membres du directoire est effectuée dans le cadre de l'information périodique (cette information est en effet incluse dans le document de référence et dans le rapport sur le gouvernement d'entreprise prévu par l'article L. 225-37 du Code de commerce).

Une communication immédiate au marché par l'émetteur paraît toutefois nécessaire, dès la nomination, la démission ou la révocation du directeur général ou d'un membre du directoire.

En pratique, en cas de nomination, le communiqué de presse diffusé par l'émetteur indique les principales fonctions exercées par le directeur général ou le membre du directoire, peut rappeler les étapes de sa carrière professionnelle et le contexte de la nomination, révocation ou démission.

Création d'un comité spécialisé (comité d'audit et autres comités)

Tout émetteur dont les titres sont cotés sur un marché réglementé a l'obligation de créer un comité interne agissant sous la responsabilité exclusive et collective des membres du conseil d'administration ou de surveillance et uniquement composé de membres de ces organes, à l'exclusion des dirigeants de la société, notamment chargé d'assurer le suivi du processus d'élaboration de l'information financière, de l'efficacité des systèmes de contrôle interne et de gestion des risques, du contrôle légal des comptes annuels et, le cas échéant, des comptes consolidés par les commissaires aux comptes, et de l'indépendance des commissaires aux comptes. En matière de communication financière, l'AMF a précisé que le comité d'audit doit s'assurer de l'existence d'un processus de préparation des communiqués de presse annuels, semestriels et, le cas échéant, trimestriels⁸⁷.

Des dérogations à l'obligation de créer un comité d'audit existent. En sont ainsi dispensées les personnes et entités contrôlées par une entité elle-même dotée d'un tel comité, certains organismes de placement collectif, certains établissements de crédit, ou encore les personnes et entités disposant d'un organe chargé de l'administration ou de la surveillance, qui remplit les fonctions de ce comité.

Outre les missions dévolues par la loi au comité d'audit, chaque conseil peut décider de créer d'autres comités spécialisés en charge par exemple de la stratégie, des nominations, des rémunérations ou encore des enjeux liés à la responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise.

La communication au marché relative à la création et au fonctionnement des comités spécialisés est effectuée dans le cadre de l'information périodique (rapport sur le

87 -
Recommandation
AMF n° 2010-19 sur
le rapport du
groupe de travail
sur le comité
d'audit (22/07/2010).

gouvernement d'entreprise concernant les conditions d'organisation et de préparation des travaux du conseil⁸⁸ et document de référence). Une communication immédiate au marché n'est pas nécessaire.

L'émetteur peut souhaiter toutefois procéder à une publicité immédiate de la création d'un comité spécialisé afin de mettre en avant la mise en œuvre de bonnes pratiques de gouvernance.

Mise en examen, implication ou condamnation d'un dirigeant dans une affaire judiciaire

L'information relative aux éventuelles condamnations qui pourraient être prononcées à l'encontre d'un dirigeant est en principe communiquée dans le document de référence⁸⁹.

Par ailleurs, lorsqu'un dirigeant fait l'objet d'une mise en examen ou, plus généralement, se trouve impliqué dans une affaire judiciaire, l'émetteur apprécie la nécessité ou l'opportunité d'une communication au marché. Sa décision sera fonction de savoir si l'implication du dirigeant est susceptible d'avoir des conséquences sur sa capacité à poursuivre l'exercice de ses fonctions ou sur l'activité de l'émetteur.

ACTIVITÉ DES ORGANES DE DIRECTION, D'ADMINISTRATION OU DE SURVEILLANCE

Réunions de la direction générale ou du directoire

En pratique, les réunions de la direction générale ou du directoire ne font l'objet d'aucune communication au public.

Réunions du conseil d'administration ou de surveillance et des comités spécialisés

Dans le cadre de l'information périodique, une communication relative aux réunions du conseil d'administration ou de surveillance et aux travaux des comités spécialisés doit figurer dans le rapport sur le gouvernement d'entreprise⁹⁰ (le cas échéant, dans le document de référence qui indique notamment leurs composition, missions et activité sur l'exercice).

En principe, les émetteurs ne diffusent un communiqué de presse qu'à l'issue des réunions de leur conseil d'administration ou de leur conseil de surveillance, relatives à une prise de décision importante susceptible d'avoir une influence sensible sur son cours de bourse (arrêtés des comptes, décision de lancer une opération financière, etc.). Cette communication peut cependant être différée, sous la responsabilité de l'émetteur, s'il existe un intérêt légitime, que l'absence de communication n'est pas susceptible d'induire le public en erreur et que l'émetteur est en mesure de préserver la confidentialité de l'information.

88 – Article L. 225-37-4-5° du Code de commerce.

89 - Rubrique 14.1 de l'Annexe I du Règlement Prospectus.

90 - Article L. 225-37-4-5° du Code de commerce

Lorsque la réunion du Conseil d'administration n'est pas relative à une telle décision, une communication immédiate au marché n'apparaît pas nécessaire.

Enfin, le code de gouvernement d'entreprise des sociétés cotées publié par l'AFEP et le MEDEF et révisé en novembre 2016 recommande que les administrateurs non-exécutifs se réunissent périodiquement hors la présence des administrateurs exécutifs ou internes. L'émetteur devra rendre compte de telles réunions ou respecter le principe « appliquer ou expliquer » en expliquant pourquoi elles n'ont pas été tenues.

RÉMUNÉRATIONS ET AVANTAGES EN NATURE

Rémunération des dirigeants et stock-options

En principe, la communication au marché concernant la rémunération des dirigeants et l'information relative à l'attribution et à l'exercice des stock-options et des attributions gratuites d'actions est effectuée dans le cadre de l'information périodique (l'information est intégrée dans les états financiers, dans le rapport sur le gouvernement d'entreprise et dans le document de référence). Le Code AFEP-MEDEF prévoit toutefois que les sociétés rendent publics, immédiatement après la réunion du conseil les ayant arrêtés, « *tous les éléments de rémunération potentiels ou acquis des dirigeants mandataires sociaux* » (recommandation 25.1 du Code AFEP-MEDEF).

Pour éviter le morcellement de l'information, l'AMF recommande en outre aux sociétés de veiller à ce que les explications fournies pour justifier certains éléments de la rémunération allouée aux dirigeants mandataires sociaux au titre d'un exercice donné, quand bien même elles auraient déjà été communiquées aux investisseurs (dans des communiqués de presse ou sur le site Internet de l'émetteur notamment), soient rappelées dans le document de référence ou le rapport annuel de l'exercice considéré (Rapport annuel 2016 de l'AMF sur le gouvernement d'entreprise et la rémunération des dirigeants, p. 45).

Les guides d'élaboration du document de référence des sociétés du compartiment A (Position-recommandation AMF n° 2009-16 mise à jour le 13 avril 2015) ainsi que des compartiments B et C (valeurs moyennes) (Position-recommandation n° 2014-14 également mise à jour le 13 avril 2015) précisent les modalités selon lesquelles la rubrique « Rémunérations et avantages » des documents de référence doit être rédigée. Le rapport annuel doit par ailleurs comporter un chapitre consacré à l'information des actionnaires sur la rémunération perçue par les mandataires sociaux. Il est recommandé de suivre la présentation standardisée figurant en annexe 3 du code AFEP-MEDEF de tous les éléments de rémunération des dirigeants.

La loi a progressivement encadré l'attribution et le versement des rémunérations en la soumettant à diverses conditions. La loi Breton du 26 juillet 2005 a tout d'abord soumis l'octroi de rémunérations différées, par l'émetteur à ses dirigeants, à l'autorisation préalable du conseil d'administration ou du conseil de surveillance et à l'approbation de l'Assemblée générale. La loi TEPA du 21 août 2007 a également subordonné l'octroi de rémunérations différées au respect de conditions liées aux

performances de l'émetteur dont le bénéficiaire est mandataire social, le respect de ces conditions de performance devant être constaté par le conseil d'administration ou de surveillance, selon le cas, après la cessation des fonctions du bénéficiaire avant tout versement à son profit. La loi du 3 décembre 2008 a par ailleurs imposé le respect de nouvelles conditions d'octroi, telles que l'existence d'un système de rémunération similaire au profit des salariés.

Enfin, la loi TEPA est venue imposer la publicité des décisions du conseil d'administration ou du conseil de surveillance, selon le cas, autorisant l'octroi d'une rémunération différée et son versement au bénéficiaire. La décision du conseil autorisant l'octroi de ces rémunérations différées est publiée sur le site Internet de la société dans le délai maximum de 5 jours suivant la réunion du conseil et est consultable pendant toute la durée des fonctions du bénéficiaire. La décision du conseil autorisant le versement de la rémunération est également publiée sur le site Internet de la société dans le même délai maximum de 5 jours et est consultable au moins jusqu'à la prochaine Assemblée générale. Un rapport spécial informe chaque année l'Assemblée générale du système de rémunération différée ainsi mis en place.

La loi Macron du 6 août 2015 a étendu ce dispositif de contrôle renforcé aux engagements de retraite à prestations définies dits « retraites chapeaux », pris après le 7 août 2015 en faveur du Président, du directeur général ou des directeurs généraux délégués les soumettant au régime des conventions réglementées, en précisant que ces engagements doivent faire l'objet d'une résolution spécifique de l'Assemblée générale, et ce pour chaque bénéficiaire et à chaque renouvellement de mandat. La loi Macron précise en outre que le conseil d'administration détermine l'accroissement, au titre de l'exercice, des droits conditionnels bénéficiant à ces dirigeants, ces derniers ne pouvant pas augmenter annuellement d'un montant supérieur à 3 % de la rémunération annuelle servant de référence au calcul de la rente à verser.

La consultation des actionnaires sur la rémunération individuelle des dirigeants (« say on pay »)

La loi n° 2016-1691 du 9 décembre 2016 dite « **Sapin 2** » a rendu le vote sur les éléments de rémunérations et avantages de toute nature versés ou attribués aux dirigeants mandataires sociaux au titre de l'exercice précédant (dit **vote ex-post**), obligatoire à partir des Assemblées générales réunies en 2018, et introduit le principe d'un **vote préalable** (dit **vote ex-ante**) des actionnaires dès les assemblées générales 2017 statuant sur les comptes de l'exercice 2016. Ces obligations s'appliquent aux sociétés cotées sur un marché réglementé.

Vote ex-post

Le principe d'un vote ex-post consultatif de l'Assemblée générale ordinaire annuelle sur les éléments de la rémunération de chaque dirigeant mandataire social de la société due ou attribuée au titre de l'exercice clos existait déjà dans le Code AFEP-MEDEF. Le vote *ex-post* est désormais régi par les dispositions de l'article L. 225-100 du Code de commerce. Il est obligatoire pour la première fois à l'occasion de l'assemblée générale d'approbation des comptes statuant sur l'exercice qui suit le

premier exercice clos après le 9 décembre 2016 (Loi n° 2016-1691 art. 161, II), soit par exemple lors de l'assemblée générale annuelle 2018 si la société a clôturé son exercice le 31 décembre 2016 et lors de l'assemblée générale annuelle 2019 si la société clôture son exercice le 30 novembre 2017. Le vote *ex-post* doit faire l'objet de résolutions distinctes pour chacun des dirigeants concernés : président du conseil d'administration ou du conseil de surveillance, directeur général, directeurs généraux délégués, président du directoire et autres membres du directoire ou directeur général unique.

Les éléments de rémunération variables ou exceptionnels attribués au cours de l'exercice écoulé ne pourront être versés qu'après approbation de la rémunération par l'assemblée.

En cas de vote *ex post* négatif, les éléments fixes de rémunération restent acquis aux dirigeants mais les éléments de rémunération variables et exceptionnels ne pourront leur être versés.

Les sociétés qui ne sont pas encore concernées par le vote obligatoire *ex-post*, du fait de son entrée en vigueur différée, et qui se réfèrent au Code AFEP-MEDEF doivent continuer à en suivre les recommandations.

Le Guide d'application du Code AFEP-MEDEF fournit des indications sur le contenu et la forme de la présentation des éléments de rémunération soumis au vote (Guide d'application du Code AFEP-MEDEF de gouvernement d'entreprise des sociétés cotées de novembre 2016, mis à jour en décembre 2016).

Les émetteurs sont libres de déterminer les modalités de cette présentation dès lors qu'elle est complète et exhaustive. Le Haut Comité de Gouvernement d'Entreprise préconise toutefois d'établir un rapport spécifique, tout en indiquant que l'établissement, dans le rapport annuel ou le document de référence de la société :

- d'un paragraphe spécifique sur les éléments de la rémunération soumis au vote de l'Assemblée générale ; ou
- d'une présentation consolidée et claire des communiqués du conseil d'administration ou du conseil de surveillance ayant décidé des éléments de rémunération des dirigeants, sont également des modalités de présentation envisageables.

Aux termes du Code AFEP-MEDEF, en cas de vote consultatif négatif de l'Assemblée, le conseil d'administration est tenu de se réunir dans un délai raisonnable après l'Assemblée générale et examiner les raisons de ce vote et les attentes exprimées par les actionnaires. Après cette consultation, le conseil statue sur les modifications à apporter à la rémunération due ou attribuée au titre de l'exercice clos ou à la politique de rémunération future et publie immédiatement sur le site Internet de la société un communiqué mentionnant les suites données au vote de l'Assemblée générale et en fait rapport lors de l'Assemblée générale suivante.

Vote ex-ante

L'article L. 225-37-2 du Code de commerce impose un vote *ex-ante* lors des Assemblées générales d'approbation des comptes.

Les actionnaires des sociétés dont les titres sont cotés sur un marché réglementé doivent se prononcer chaque année sur les « principes et critères de détermination, de répartition et d'attribution des éléments fixes, variables et exceptionnels composant la rémunération totale et les avantages de toute nature attribuables, en raison de leur mandat » aux dirigeants mandataires sociaux. Les articles R. 225-29-1 et R. 225-56-1 du Code de commerce énumèrent les éléments composant, le cas échéant, la rémunération totale et les avantages de toute nature.

Le rapport sur le gouvernement d'entreprise joint au rapport de gestion doit présenter les différents projets de résolution soumis au vote des actionnaires en détaillant les principes et les critères de détermination, de répartition et d'attribution des éléments fixes, variables et exceptionnels composant la rémunération des dirigeants. Les sociétés concernées trouveront dans la position n° 17-011 de l'ANSA (2017 – I, Vote *ex-ante* sur la rémunération de certains mandataires sociaux : loi « Sapin 2 » et décret d'application) un exemple de projet de résolution et d'exposé des motifs.

Indemnité de prise de fonctions

L'AFEP-MEDEF, l'AMF et le Haut Comité de Gouvernement d'Entreprise recommandent aux émetteurs de rendre public le montant de cette indemnité au moment de sa fixation, même en cas de paiement échelonné ou différé, étant précisé que cette indemnité ne peut être accordée qu'à un nouveau dirigeant mandataire social exécutif venant d'une société extérieure au groupe (paragraphe 24.4. du Code AFEP-MEDEF), et de faire preuve de davantage de transparence sur les avantages dont bénéficie l'intéressé au titre de ces précédentes fonctions dans la mesure où ils peuvent être rendus publics.

Indemnité de départ

Le Code AFEP-MEDEF souligne que les conditions de performance fixées doivent être appréciées sur deux exercices au moins, être exigeantes et n'autoriser l'indemnisation d'un dirigeant qu'en cas de départ contraint. En outre, cette indemnité ne peut excéder, le cas échéant, deux ans de rémunération (fixe et variable annuelle) (paragraphe 24.5 du Code AFEP-MEDEF).

L'AMF considère qu'au moment du calcul de la rémunération variable annuelle⁹¹:

- les sociétés devraient préciser clairement a minima pour chaque objectif quantifiable le niveau de réalisation atteint ; et
- le conseil d'administration ou de surveillance devrait justifier clairement sa décision lorsque le rapport entre la part qualitative et la part quantifiable s'écarte significativement de celui déterminé à l'origine, cette situation devant rester exceptionnelle.

L'AMF et l'AFEP-MEDEF recommandent en outre aux émetteurs de publier un communiqué de presse détaillant de façon exhaustive les conditions financières du départ du dirigeant et précisant notamment les éléments suivants :

- la rémunération fixe de l'exercice en cours ;
- la façon dont sera calculée la rémunération variable annuelle due pour l'exercice en cours ;

- les éventuelles rémunérations exceptionnelles ;
- ce qu'il advient des plans de rémunération pluriannuelle ou différée en cours et non clos, ainsi que des options de souscription d'actions non encore levées et actions attribuées gratuitement non encore acquises ;
- le versement d'une éventuelle indemnité de départ ou de non-concurrence ;
- le bénéfice d'une éventuelle retraite supplémentaire (avec indication notamment du montant de la rente annuelle qui sera versée et du montant provisionné à cet effet).

Transactions effectuées par les dirigeants sur les titres de l'émetteur

Conformément aux articles 3 et 19 du Règlement Abus de marché, les dirigeants, les responsables de haut niveau et les personnes qui leur sont étroitement liées⁹² doivent déclarer à l'AMF et à l'émetteur les transactions effectuées pour leur compte propre et se rapportant aux actions ou à des titres de créance dudit émetteur ou à des instruments financiers et dérivés qui leur sont liés.

L'article 10 du règlement délégué (UE) n° 2016/522 du 15 décembre 2015 donne une liste non exhaustive d'opérations donnant lieu à déclaration, sur laquelle figurent, entre autres :

- l'acquisition, la cession, la vente à découvert, la souscription ou l'échange,
- l'acceptation ou l'exercice d'une opération d'achat d'actions,
- la conclusion ou l'exercice de contrats d'échange sur actions,
- la souscription à une augmentation de capital ou émission de titre de créance, ou encore
- les cadeaux et dons effectués ou reçus.

L'obligation de déclaration ne s'applique toutefois que si le montant global des opérations effectuées au cours de l'année civile est supérieur à 20 000 euros pour l'année civile en cours⁹³. Dans le cas d'attribution d'options gratuites, la valeur à retenir sera fondée sur la valeur économique attribuée aux options par l'émetteur lorsqu'il les accorde⁹⁴.

Les personnes soumises à l'obligation déclarative transmettent leurs déclarations à l'AMF et à l'émetteur dans un délai de 3 jours ouvrés à compter de la date de la transaction, par voie électronique via l'extranet dédié nommé « ONDE » (accessible depuis le site Internet de l'AMF) selon des modalités fixées par l'instruction AMF n° 2016-06 - Opérations des dirigeants et des personnes et mentionnées à l'article 19 du Règlement Abus de marché. La déclaration est établie sous la responsabilité exclusive du déclarant.

Conformément à l'article 223-26 du Règlement général de l'AMF, un état récapitulatif des transactions réalisées au cours du dernier exercice doit figurer dans le rapport de gestion prévu par le Code de commerce ; une information nominative devra être présentée pour chaque dirigeant. En revanche, l'identité des personnes liées n'est pas mentionnée dans cet état récapitulatif.

Dans certains cas exceptionnels, l'émetteur peut souhaiter communiquer sur la transaction réalisée lorsqu'il estime qu'elle est d'une importance significative.

92 - Les personnes concernées par l'obligation de déclaration sont énumérées de manière précise par les articles 19 et 3.1.26 du Règlement Abus de marché et pour le droit français aux articles L. 621-18-2 et R. 621-43-1 du Code monétaire et financier et synthétisées dans la position-recommandation AMF n° 2016-08, Guide de l'information permanente et de la gestion de l'information privilégiée (§ 2.2.2.).

93 - Article 19 du Règlement Abus de marché.

94 - Esma, *Questions and Answers On the Market Abuse Regulation (MAR)*, mis à jour le 23 mars 2018.

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

Information des actionnaires concernant la tenue d'une Assemblée générale

Les actionnaires de l'émetteur sont informés de la tenue d'une Assemblée générale de l'émetteur par la publication au BALO d'un avis de réunion dans un délai de 35 jours au moins avant la réunion de l'Assemblée (ce délai étant réduit à 15 jours lorsque l'Assemblée est convoquée en période d'offre publique afin de tenir compte des contraintes de calendrier liées à la procédure d'offre).

L'avis de réunion indique en particulier l'ordre du jour de l'Assemblée et présente le texte des projets de résolution qui lui seront soumis ainsi que l'adresse du site Internet de la Société contenant les informations relatives à l'Assemblée générale et celle du site dédié au vote électronique le cas échéant. L'avis de réunion peut également tenir lieu d'avis de convocation, si aucun projet de résolution n'a été ajouté et s'il contenait toutes les mentions requises dans un avis de convocation.

L'émetteur publie aussi sur son site Internet les exposés des motifs sur les projets de résolutions en même temps que l'avis de réunion (Proposition n° 4 de la recommandation AMF n° 2012-05 du 2 juillet 2012, modifiée le 11 février 2015).

Par ailleurs, le Code de commerce encadre précisément les modalités de vote électronique par correspondance et par procuration⁹⁵.

Au plus tard 15 jours avant la tenue de l'Assemblée générale sur première convocation (ou 6 jours s'agissant d'une Assemblée générale convoquée en période d'offre publique) et au plus tard 6 jours sur seconde convocation (ou 4 jours en période d'offre), un avis de convocation doit être publié par l'émetteur dans un journal habilité à recevoir des annonces légales pour le département du siège social de l'émetteur ainsi qu'au BALO.

Afin de favoriser la participation des actionnaires aux Assemblées générales, simultanément à l'insertion au BALO et à la publication dans un journal d'annonces légales, l'AMF⁹⁶ recommande en plus de la publication sur le site Internet de l'avis de convocation de faire connaître par un communiqué publié dans la presse de diffusion nationale, la date, le lieu et l'heure de la réunion de l'assemblée. L'AMF recommande en outre aux émetteurs d'y faire figurer les conditions dans lesquelles les actionnaires peuvent se procurer les documents préparatoires à la tenue de l'Assemblée.

De sorte à rendre les résolutions plus intelligibles, il est également recommandé aux émetteurs de présenter aux actionnaires des projets de résolutions séparés, lorsqu'un projet de résolution traite de plusieurs questions significatives et distinctes, susceptibles de donner lieu à des votes distincts. Il est enfin recommandé aux émetteurs ainsi qu'aux actionnaires qui inscrivent des projets de résolutions à l'ordre du jour, de rédiger un exposé des motifs qui doit ensuite être mis en ligne sur le site Internet de l'émetteur⁹⁷.

95 – Articles R. 225-61 et suivants du Code de commerce.

96 – Guide relatif au dépôt de l'information réglementée auprès de l'AMF et à sa diffusion.

97 - Recommandation AMF, Les assemblées générales d'actionnaires de sociétés cotées, Doc-2012-05, modifiée le 24 oct. 2017.

S'agissant de l'accès aux documents relatifs à l'Assemblée générale⁹⁸, l'AMF préconise de mettre en ligne sur le site Internet de la société un formulaire-type de demande d'envoi de ces documents. Elle recommande encore aux émetteurs ainsi qu'aux teneurs de compte-conservateurs de faire de leur mieux pour informer par e-mail les actionnaires de la disponibilité de la documentation⁹⁹.

(Un exemple de communiqué de presse figure en Annexe 5 du Guide relatif au dépôt de l'information réglementée auprès de l'AMF et à sa diffusion).

Questions écrites et orales des actionnaires

L'AMF recommande aux émetteurs de répondre à l'ensemble des questions orales des actionnaires, sauf en cas de questions redondantes ou d'abus caractérisé, et de choisir de manière impartiale les actionnaires demandant la parole¹⁰⁰.

En application du principe d'égalité d'information, la communication des réponses aux questions écrites et orales posées par les actionnaires est nécessaire lorsque l'émetteur estime que ces réponses constituent une information privilégiée au sens de la réglementation boursière.

Si l'émetteur estime qu'une communication au marché est nécessaire en application du principe d'égalité, le communiqué de presse de l'émetteur devra être publié dès le début de l'Assemblée générale s'agissant des réponses apportées aux questions écrites et immédiatement à l'issue de l'Assemblée générale s'agissant des questions orales.

Compte-rendu

L'AMF recommande de rendre disponible un compte-rendu synthétique de l'Assemblée sur le site de la société au plus tard dans les 2 mois suivant la tenue de celle-ci et d'établir le procès-verbal dans les meilleurs délais et au plus tard dans les 4 mois de l'Assemblée (Proposition n° 8 de la recommandation AMF n° 2012-05 du 2 juillet 2012, modifiée en dernier lieu le 24 octobre 2017).

98 - Convocations, rapports, projet de résolutions...

99 -
Recommandation AMF, Les assemblées générales d'actionnaires de sociétés cotées, Doc-2012-05, modifiée le 24 oct. 2017.

100 -
Recommandation AMF, Les assemblées générales d'actionnaires de sociétés cotées, Doc-2012-05, modifiée le 24 oct. 2017.

5 | ÉVÉNEMENTS RELATIFS À L'ACTIONNARIAT

MODIFICATION DE L'ACTIONNARIAT

Droits de vote et actions composant le capital social

En application de l'article 223-16 du Règlement général de l'AMF, chaque mois, les émetteurs sont tenus de publier et de transmettre à l'AMF le nombre total d'actions et de droits de vote composant leur capital social, si ce nombre a varié par rapport à celui publié antérieurement (*un exemple de communiqué de presse figure en Annexe 12 du Guide relatif au dépôt de l'information réglementée auprès de l'AMF et à sa diffusion*).

L'information relative au nombre d'actions et de droits de vote composant le capital des émetteurs ne fait pas l'objet d'une publication sur le site Internet de l'AMF. Elle est diffusée par les émetteurs au titre de l'information réglementée ; en conséquence, l'émetteur doit s'assurer de sa diffusion effective et intégrale et les mettre en ligne sur son propre site Internet.

Franchissement de seuil légal (information à la charge de l'actionnaire)

En application de l'article L. 233-7 du Code de commerce, toute personne physique ou morale, agissant seule ou de concert, qui vient à posséder directement ou indirectement, un nombre d'actions franchissant l'un des seuils légaux (i.e. 5 %, 10 %, 15 %, 20 %, 25 %, 30 %, 1/3, 50 %, 2/3, 90 % ou 95 % du capital ou des droits de vote de l'émetteur), que ce franchissement intervienne à la hausse ou à la baisse, de procéder à une notification à l'émetteur concerné au plus tard le 4^e jour de bourse suivant le franchissement de seuil considéré.

L'article 223-14 du Règlement général de l'AMF impose aux mêmes personnes d'informer également l'AMF, avant la clôture des négociations, au plus tard le 4^e jour de négociation suivant le franchissement de seuil. Les informations relatives à un franchissement d'un seuil légal de participation constituent une information réglementée dont la diffusion effective et intégrale est exceptionnellement assurée directement par l'AMF sur son site Internet (articles 221-1 1^om) et 221-3 du Règlement général de l'AMF).

L'instauration d'un droit de vote double automatique depuis le 2 avril 2016 (sauf clause contraire des statuts) pour toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il est justifié d'une inscription nominative depuis 2 ans au moins, les actionnaires devront particulièrement être vigilants au franchissement de ces seuils. L'AMF publie cette information sur son site Internet après réception du formulaire de déclaration de franchissement de seuil, dont un modèle est disponible sur le site Internet de l'AMF. L'AMF ne semble pas encore avoir adapté son formulaire de déclaration à l'extension du champ des personnes soumises à déclaration (v. *infra*), le formulaire contenant toujours une rubrique relative à la personne contrôlant au plus haut niveau le déclarant.

L'ordonnance n° 2015-1576 du 3 décembre 2015 a modifié le champ des déclarations de franchissement de seuils.

- L'article L. 233-7, I du Code de commerce prévoit désormais que les actions entrant dans le calcul du seuil de participation peuvent être possédées « directement ou indirectement ».
- Le champ des instruments financiers exclus du calcul est élargi, en sus des actions, aux accords et instruments financiers mentionnés à l'article L. 233-7 et au I de l'article L. 233-9 du Code de commerce qui remplissent certaines caractéristiques (acquisition aux seules fins de compensation, détention par les teneurs de compte conservateurs, détention par un PSI dans son portefeuille de négociation, mais aussi désormais acquisition à des fins de stabilisation...).
- Sont désormais assimilés aux actions et droits de vote pour le calcul des seuils dont le franchissement doit être déclaré les accords ou instruments financiers donnant droit à un règlement physique ou à un règlement en espèce (article L. 233-9 I 4° bis du Code de commerce) et les options exerçables immédiatement ou à terme. S'il est constaté que seuls les instruments conférant une position longue doivent être pris en compte, l'AMF a récemment considéré qu'une double assimilation doit être faite en cas d'acquisition de *calls* physiques par une partie et de vente de *puts* physiques par la même partie, alors même que les caractéristiques de la situation rendaient impossible l'acquisition tout à la fois des actions sous-jacentes aux *calls* et des actions sous-jacentes aux *puts* (clause prévoyant la caducité des *puts* ou des *calls*, respectivement en cas d'exercice des *calls* ou des *puts*).
- L'acquisition de titres dans le cadre d'un programme de rachat et de stabilisation d'instruments financiers constitue un nouveau cas de dispense d'information relatif aux déclarations de franchissement de seuils légaux ou statutaires et aux opérations de cession temporaire, à condition que les droits de vote attachés ne soient pas exercés ni utilisés autrement que pour intervenir dans la gestion de l'émetteur (art. L. 233-7, IV du Code de commerce).

Enfin, aux termes de l'article 223-15-1 du Règlement général de l'AMF, les obligations de déclaration des franchissements de seuils s'appliquent également aux systèmes multilatéraux de négociation organisés lorsqu'une personne vient à posséder plus de 50 % ou 95 % du capital ou des droits de vote de la société. Dans ce cas, l'AMF, mais aussi désormais la société émettrice, doivent être informées du franchissement de ces seuils.

Par conséquent, en application de la réglementation, la déclaration de franchissement de seuil indique notamment le seuil franchi, le nombre total d'actions et de droits de vote détenus et le nom de l'actionnaire ayant franchi le seuil.

La personne tenue à déclaration doit en outre préciser :

- le nombre de titres qu'elle possède donnant accès à terme aux actions à émettre et les droits de vote qui y seront attachés ;
- les actions déjà émises que cette personne peut acquérir, en vertu d'un accord ou d'un instrument financier à dénouement physique ou en espèce autres que ceux déjà pris en compte dans le calcul du franchissement de seuil.

La déclaration de franchissement de seuil doit également (i) préciser si l'actionnaire agit seul ou de concert et, (ii) en cas de franchissement des seuils de 10 %, 15 %, 20 % ou 25 % du capital ou des droits de vote, indiquer les objectifs poursuivis au cours des 6 mois à venir dans une déclaration d'intention.

La déclaration d'intention doit alors être adressée à la société émettrice et parvenir à l'AMF avant la fin du 5^e jour de bourse suivant le franchissement. Elle doit préciser les objectifs poursuivis au cours des 6 mois à venir, les modes de financement de l'acquisition, si l'acquéreur agit seul ou de concert, s'il envisage d'arrêter ses achats ou de les poursuivre, d'acquiescer ou non le contrôle, la stratégie qu'il envisage vis-à-vis de l'émetteur, et les opérations pour la mettre en œuvre, ses intentions quant au dénouement des accords et instrument mentionnés aux 4^e et 4^e bis du I de l'article L. 233-9 du Code de commerce si elle est partie à de tels accords ou instruments ainsi que tout accord de cession temporaire ayant pour objet les actions et droits de vote. Elle précisera également si l'acquéreur envisage de demander sa nomination ou celle d'une ou plusieurs personnes comme administrateur, membre du directoire ou du conseil de surveillance. En cas de changement d'intention dans le délai de 6 mois, une nouvelle déclaration motivée doit être adressée à la société et à l'AMF sans délai et portée à la connaissance du public, ce qui fait de nouveau courir le délai de 6 mois.

Franchissement de seuil légal (information à la charge de l'émetteur)¹⁰¹

En principe, l'émetteur communique au marché sur la composition et l'éventuelle modification de son actionnariat dans le cadre de l'information périodique lors de la publication de son document de référence.

Par exception, lorsque la structure de l'actionnariat est modifiée suite à une opération à laquelle l'émetteur est partie, celui-ci peut estimer qu'une communication immédiate au marché est nécessaire en raison du caractère significatif de cette modification.

Le communiqué de presse de l'émetteur devrait être publié soit lors de la conclusion de l'accord définitif qui a pour conséquence de modifier l'actionnariat, soit en amont de la conclusion de l'accord définitif dès lors que la confidentialité du changement de la structure de l'actionnariat ne peut plus être assurée.

En l'absence de modification significative de l'actionnariat, l'émetteur qui souhaite faire part au marché de la modification de son actionnariat est libre de procéder à une communication à son entière discrétion.

Si l'émetteur estime qu'une communication immédiate est nécessaire ou opportune, le communiqué de presse diffusé par l'émetteur pourrait décrire l'opération ayant entraîné une modification de l'actionnariat et indiquer la répartition du capital à l'issue de l'opération, les principaux engagements de la société et le cas échéant, la position de la société par rapport à cette modification de l'actionnariat.

¹⁰¹ - Les articles 223-11 et suivants du Règlement général de l'AMF sont applicables aux émetteurs cotés sur Euronext Growth en cas de franchissement des seuils de 50 % ou 95 % de leur capital ou de leurs droits de vote (art. 223-15-1 du Règlement général de l'AMF).

Franchissement de seuil statutaire

L'actionnaire ayant franchi un seuil statutaire est tenu de déclarer ce franchissement à l'émetteur dans les délais fixés par les statuts. Il s'agit d'une information à usage interne qui n'a pas à être communiquée à l'AMF.

Pacte d'actionnaires concernant l'émetteur : signature ou fin

Conformément à l'article L. 233-11 du Code de commerce, les clauses des pactes d'actionnaires (et plus généralement de toute convention), qui prévoient des conditions préférentielles de cession ou d'acquisition d'actions admises aux négociations sur un marché réglementé et portant sur au moins 0,5 % du capital et des droits de vote de l'émetteur, doivent être transmises par les signataires du pacte à l'émetteur concerné et à l'AMF, cette dernière en assurant la publicité auprès du public (article 223-18 du Règlement général de l'AMF) dans les 5 jours de bourse à compter de la signature du pacte ou de la convention concernée.

L'émetteur, en revanche, n'est pas tenu d'informer le marché lors de la signature ou de la rupture d'un pacte d'actionnaires le concernant. En principe, la communication de l'émetteur, relative aux pactes d'actionnaires le concernant, est effectuée dans le cadre de l'information périodique (document de référence).

L'émetteur et l'AMF devront également être informés de la date à laquelle la clause prend fin.

Pacte d'actionnaires concernant une filiale ou une participation de l'émetteur : signature ou fin

Lors de la signature par l'émetteur d'un pacte d'actionnaires concernant l'une de ses filiales cotées ou l'une de ses participations dans une société cotée, comme en cas de rupture ou de fin d'un tel pacte d'actionnaires, une communication au marché est obligatoire si le pacte prévoit des conditions préférentielles de cession ou d'acquisition d'actions portant sur au moins 0,5 % du capital et des droits de vote de la filiale ou de la participation cotée concernée. Le pacte d'actionnaires doit alors, aux termes de la réglementation, être transmis à l'AMF qui en assure la publicité dans les 5 jours de bourse à compter de sa signature.

Lorsque le pacte ne concerne pas une société cotée ou concerne une société cotée mais ne prévoit pas des conditions préférentielles de cession ou d'acquisition d'actions portant sur au moins 0,5 % du capital et des droits de vote, l'émetteur apprécie la nécessité ou l'opportunité d'une communication au marché, selon le cas en examinant l'importance significative ou non du pacte d'actionnaires au regard notamment de l'intérêt stratégique majeur de cette filiale pour l'émetteur, du nombre d'actions visées par le pacte d'actionnaires et des droits conférés à l'émetteur et/ou à son (ses) cocontractant(s).

Lorsque l'émetteur estime nécessaire ou opportun de procéder à une communication au marché, le communiqué de presse devrait être publié immédiatement par l'émetteur, dès la signature, dès la fin ou dès la rupture du pacte d'actionnaires. Le communiqué de presse diffusé par l'émetteur devrait alors indiquer l'identité des parties contractantes, le nombre d'actions visées par la convention et la durée de la convention. Le communiqué de presse devrait également décrire les principales obligations et prérogatives résultant du pacte pour les signataires ainsi que les conséquences de la fin du pacte (fin de l'éventuelle action de concert, etc.).

RACHAT ET/OU CESSION PAR L'ÉMETTEUR DE SES PROPRES TITRES¹⁰²

En cas de rachat et/ou de cession par la société de ses propres titres, la communication au marché est obligatoire en application de la réglementation. Le contenu et les modalités de cette communication sont fixés par la réglementation.

Depuis l'entrée en vigueur, le 3 juillet 2016, du Règlement Abus de marché, les sociétés dont les titres sont cotés sur un marché réglementé ou un système multilatéral de négociation doivent indiquer leur identifiant, sous la forme du code « LEI »¹⁰³, dans leurs déclarations relatives aux rachats d'actions effectués et afin de permettre aux personnes exerçant des responsabilités dirigeantes dans l'entreprise de réaliser les notifications des transactions qu'elles ont effectuées¹⁰⁴.

Par ailleurs, les règles de marché d'Euronext prévoient que, depuis mars 2017, toute société doit mettre en œuvre toutes les mesures nécessaires afin de disposer d'un « LEI » tout au long de la période pendant laquelle ses instruments financiers sont admis aux négociations sur les marchés d'Euronext. En outre, les entreprises d'investissement exécutant des transactions sur les instruments financiers doivent se procurer le « LEI » de chaque participant aux transactions afin de remplir leurs obligations réglementaires vis-à-vis de l'AMF et de l'ESMA¹⁰⁵.

Mise en place d'un programme de rachat d'actions

Un document appelé « descriptif du programme », non soumis au visa de l'AMF, doit être publié préalablement à la mise en œuvre du programme de rachat. Le descriptif du programme de rachat constitue une information réglementée au sens du Règlement général de l'AMF et, à ce titre, doit faire l'objet d'une diffusion effective et intégrale. Au cas où le descriptif figure dans le document de référence, le rapport financier annuel ou le document de base rendu public avant la mise en œuvre d'un tel programme, l'émetteur est dispensé de la diffusion effective et intégrale de cette information.

Décision de mettre en œuvre un programme de rachat d'actions¹⁰⁶

Les émetteurs qui souhaitent procéder au rachat de leurs actions doivent y être préalablement autorisés par leur Assemblée générale dans les conditions définies aux articles L. 225-209 et L. 225-209-2 du Code de commerce. Généralement, les

102 - Article 241-1 et s. du Règlement général de l'AMF.

103 - *Legal Entity Identifier*.

104 - Articles 5 et 19 du Règlement Abus de marché.

105 - Article 26 du règlement (UE) n° 600/2014 du 15 mai 2014.

106 - Position-recommandation AMF n° 2017-04 – Guide relatif aux interventions des émetteurs cotés sur leurs propres titres et aux mesures de stabilisation.

émetteurs ne communiquent pas sur la décision de mettre en œuvre le programme de rachat autorisé par l'Assemblée, étant précisé en outre que toute annonce est susceptible d'avoir un impact sur le cours de l'émetteur, ce qui pourrait rendre plus onéreux la mise en œuvre du programme de rachat pour l'émetteur.

Mise en œuvre d'un programme de rachat d'actions

Les rachats d'actions dans les sociétés cotées sont soumises aux dispositions visant à interdire les abus de marché. Les émetteurs peuvent être autorisés à agir sur leurs propres titres en bénéficiant d'une dérogation en fonction des objectifs qu'ils poursuivent.

- L'article 5 du Règlement Abus de marché reprend une dérogation dite de **« présomption de légitimité irrefragable »** et prévoit que les émetteurs qui exécutent leurs rachats d'actions dans le cadre d'un programme de rachat et dans les conditions posées par cet article n'entrent pas dans le champ des abus de marché.

Pour bénéficier de cette dérogation, le programme de rachat doit poursuivre l'un des objectifs suivants :

- réduire le capital de l'émetteur ;
- satisfaire aux obligations découlant de titres de créances qui sont échangeables en titres de propriété ; ou
- satisfaire aux obligations découlant des programmes d'options sur actions ou autres allocations d'actions, aux salariés ou aux membres des organes d'administration, de gestion ou de surveillance de l'émetteur ou d'une entreprise appartenant au groupe de l'émetteur.

- L'article 13 du Règlement Abus de marché reprend quant à lui la dérogation dite de **« présomption simple de légitimité »** et prévoit que l'interdiction d'effectuer ou de tenter d'effectuer des manipulations de marché ne s'applique pas aux pratiques de marché admises répondant à des raisons légitimes et instaurées par l'autorité compétente.

Les rachats d'actions réalisés en dehors des cas ci-dessus évoqués ne sont pas interdits en tant que tel mais ne bénéficient d'aucune présomption quelconque.

Le Règlement général de l'AMF et le règlement délégué n° 2016/1052 prévoient l'obligation pour l'émetteur d'informer le marché de toutes les opérations effectuées.

Les émetteurs souhaitant bénéficier de la dérogation prévue par l'article 5 du Règlement Abus de marché doivent publier un communiqué sur les rachats réalisés dans le cadre du programme de rachat autorisé par l'article 5 du Règlement Abus de marché (rachats bénéficiant d'une présomption irrefragable de légitimité) par voie de diffusion effective et intégrale dans un délai de 7 jours de bourse suivant leur exécution. Les opérations sont présentées sous forme agrégée (par jour et par marché) et détaillée. Cette information est mise en ligne sur le site Internet de

l'émetteur et doit être tenue à la disposition du public pendant 5 ans. Ces rachats doivent également être déclarés à l'AMF dans le même délai de 7 jours de négociation par voie électronique en recourant au modèle de déclaration type présenté dans l'instruction AMF n° 2017-03 sur les modalités de déclaration des opérations réalisées dans le cadre des interventions des émetteurs cotés sur leurs propres titres et des mesures de stabilisation.

De manière plus générale, et quel que soit le type de rachat, tout programme de rachat devra faire l'objet d'une publication préalable à sa mise en œuvre par voie de diffusion effective et intégrale, conformément à l'article 241-2 I du Règlement général de l'AMF.

Par ailleurs, tout émetteur effectuant des opérations (acquisitions, cessions, annulations et transferts) sur ses propres titres dans le cadre d'un programme de rachat déclare mensuellement ces transactions à l'AMF par voie électronique, conformément à l'article L.225-212 du Code de commerce et de l'article 214-4 II du Règlement général de l'AMF.

Le communiqué mensuel constitue une information réglementée au sens du Règlement général de l'AMF et, à ce titre, doit faire l'objet d'une diffusion effective et intégrale. Ces informations sont mises en ligne sur le site de l'AMF. Toutefois, dès lors que la déclaration hebdomadaire relative à la mise en œuvre du programme de rachat contient toutes les informations qui doivent être incluses dans le communiqué mensuel, l'émetteur est dispensé de procéder au dit communiqué mensuel.

Enfin, pendant la réalisation du programme de rachat, toute modification d'une des caractéristiques du programme de rachat d'actions doit faire l'objet d'une communication effective et intégrale selon les mêmes modalités.

En cas de cotation multiple, l'émetteur devra accomplir ces formalités déclaratives après de chaque autorité compétente.

Le conseil d'administration ou le directoire doit indiquer, dans son rapport annuel à l'Assemblée générale, le nombre d'actions achetées et vendues au cours de l'exercice dans le cadre du programme de rachat d'actions, les cours moyens des achats et des ventes, le montant des frais de négociation, le nombre des actions inscrites au nom de la société à la clôture de l'exercice et leur valeur évaluée au cours d'achat, ainsi que leur valeur nominale pour chacune des finalités, le nombre des actions utilisées, les éventuelles réallocations dont elles ont fait l'objet et la fraction du capital qu'elles représentent.

Annulation d'actions propres

En principe, la communication au marché relative à l'annulation des actions rachetées est effectuée dans le cadre de l'information mensuelle sur le programme de rachat d'actions.

En outre, les sociétés cotées ont l'obligation de publier mensuellement le nombre total d'actions et de droits de vote composant le capital de la société s'ils ont varié par

rapport à la précédente publication, ce qui sera le cas dans l'hypothèse d'une annulation des actions rachetées (voir Partie 2, Section 5, « *Droits de vote et actions composant le capital social* »).

Par exception, si l'émetteur estime qu'une communication immédiate au marché est nécessaire ou opportune, au regard de l'ampleur significative de l'annulation, il devrait indiquer, dans un communiqué de presse, l'impact de l'annulation sur les droits de vote au sein de l'émetteur et sur les ratios financiers de l'émetteur (étant précisé que le nombre total de droits de vote de référence pour le calcul des franchissements de seuil demeure celui indiqué dans la dernière déclaration publiée par l'émetteur conformément à l'article L. 233-8 II du Code de commerce).

Période d'abstention

Pour pouvoir bénéficier de la dérogation prévue par l'article 5 du Règlement Abus de marché, l'émetteur doit s'abstenir durant la mise en œuvre d'un programme de rachat de passer des ordres sur ses actions propres pendant certaines périodes :

- les fenêtres négatives, soit durant la période de 30 jours calendaires précédant l'annonce d'un rapport financier intermédiaire ou annuel que l'émetteur doit rendre public ; et le cas échéant les fenêtres négatives volontairement instaurées par les émetteurs. L'AMF recommande en effet aux émetteurs qui publient volontairement une information financière ou des comptes trimestriels ou intermédiaires d'instaurer des fenêtres négatives de 15 jours calendaires minimum avant leur publication (Position-recommandation AMF n° 2017-04, Guide relatif aux interventions des émetteurs cotés sur leurs propres titres et aux mesures de stabilisation, §1.5.2. Sur les fenêtres négatives, voir : Partie 3, Section 1 « Confidentialité des données ») ;
- la période pendant laquelle l'émetteur décide de différer la publication d'une information privilégiée.

L'AMF rappelle cependant que l'émetteur peut décider de ne pas respecter ces périodes d'abstention s'il a mis en place un programme de rachat planifié (c'est-à-dire en fixant précisément le calendrier lors de la publication du programme) ou si l'exécution du programme est confié à un prestataire de services d'investissements qui prend les décisions concernant les dates d'achat des actions en toute indépendance (Position-recommandation AMF n° 2017-04, Guide relatif aux interventions des émetteurs cotés sur leurs propres titres et aux mesures de stabilisation, § 1.5.3).

CONTRAT DE LIQUIDITÉ

Le contrat de liquidité conclu par l'émetteur dans le cadre de son programme de rachat d'actions doit faire l'objet d'une information au marché par la voie d'un communiqué de presse diffusé selon les mêmes modalités que l'information réglementée.

Un communiqué d'information réglementée doit être publié :

- lors de la mise en œuvre d'un contrat de liquidité,

- à l'occasion du bilan semestriel,
- lorsqu'il est mis fin au contrat de liquidité, et
- à l'occasion de toute modification des caractéristiques du contrat de liquidité.

Par ailleurs une déclaration mensuelle doit être réalisée auprès de l'AMF au même titre que pour les rachats d'actions.

Le contrat de liquidité constitue une pratique de marché admise au regard des critères d'appréciation établis par le Règlement Abus de marché et est plus amplement décrit dans la Position AMF n° 2011-07 (Contrats de liquidité sur actions).

L'ESMA a publié le 25 avril 2017 un avis sur les points de convergence (*ESMA, Points for convergence in relation to MAR accepted market practices on liquidity contracts, ESMA70-145-76, 25 April 2017*) dont les autorités nationales ayant instauré les contrats de liquidité en tant que pratique de marché admise doivent tenir compte. Or, l'ESMA a récemment publié une opinion négative sur le projet de l'AMF d'instaurer une nouvelle pratique de marché admise encadrant les contrats de liquidité¹⁰⁷. L'AMF a indiqué qu'elle examinerait les suites à donner à l'opinion de l'ESMA¹⁰⁸.

DIVIDENDES

Versement du dividende

Le projet de résolution relative à la distribution du dividende, soumis à l'Assemblée générale annuelle, est joint au rapport de gestion prévu par le Code de commerce. Le dividende est généralement versé chaque année et varie en fonction des bénéfices réalisés par l'entreprise. Il peut également faire l'objet d'un premier acompte en cours d'exercice avant le versement du solde définitif.

L'émetteur doit également publier un communiqué de presse, annonçant le montant du dividende ordinaire ou extraordinaire prévisionnel, dont le vote est proposé à l'Assemblée ou le montant de l'acompte sur dividende, selon le cas, et la date prévisionnelle de mise en paiement de ce dividende ou de cet acompte sur dividende. L'information relative au dividende prévisionnel pourra être intégrée dans le communiqué de l'émetteur sur ses résultats annuels. L'information relative au paiement d'un acompte sur dividende pourra être intégrée dans le communiqué de l'émetteur sur ses résultats semestriels ou trimestriels, selon le cas.

En effet, l'AMF¹⁰⁹ et l'ESMA¹¹⁰ ont indiqué qu'en raison de leur impact potentiel sur la valorisation des instruments financiers et des dérivés qui leur sont liés, les informations relatives aux dividendes telles que (i) l'information relative au montant provisoire et final du dividende, à la nature du versement, à la date de détachement du dividende et à la date de paiement du dividende prévisionnel soumis au vote de l'Assemblée générale et (ii) l'information sur les changements de politiques en matière de dividendes, doivent être considérés comme des informations privilégiées au sens de l'article 7 du Règlement Abus de Marché.

107 - ESMA, "Opinion relating to the intended accepted market practice on liquidity contracts notified by the authority des marchés financiers", 11 avril 2018.

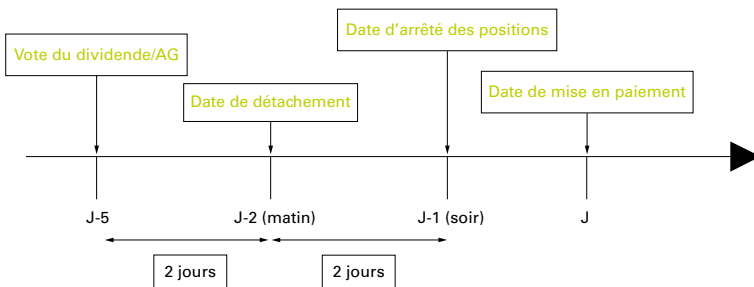
108 - AMF, Communiqué, « L'AMF prend acte de l'opinion négative de l'ESMA concernant le projet d'instaurer une nouvelle pratique de marché admise encadrant les contrats de liquidité », 13 avril 2018.

109 - Position recommandation n° 2016-08 – Guide de l'information permanente et de la gestion de l'information privilégiée (§ 1.4.3).

110 - Q&A ESMA n° 2015/1635 du 9 novembre 2015.

Compte tenu des contraintes techniques applicables aux valeurs traitées sur Euronext concernant le délai de paiement du dividende, il convient de souligner que la date de mise en paiement du dividende devra être fixée au plus tôt le 5^e jour ouvré suivant l'Assemblée ayant voté sa distribution (selon le schéma ci-dessous) :

Schéma de positionnement des dates pour la gestion des dividendes



Date de détachement (*Ex dividend date*) :

Date à partir de laquelle les négociations sont exécutées coupon détaché, c'est-à-dire que les porteurs des actions ne bénéficieront pas des dividendes.

Date d'arrêt des positions (*Dividend record date*) :

Date à laquelle Euroclear détermine les ayants-droits au paiement du dividende sur la base des soldes des positions à l'issue de sa journée comptable ; en général, la veille de la date de mise en paiement.

Date de mise en paiement (*Dividend payment date*) :

Date à partir de laquelle les dividendes sont payables. Cette date est décidée par l'émetteur et sert de référence pour situer les autres dates.

Modification de la date de paiement du dividende

Lorsque l'émetteur décide de modifier la date de paiement du dividende à ses actionnaires, si bien qu'elle est sensiblement différente de celle retenue lors de l'exercice précédent, une communication au marché est nécessaire dès que possible afin de permettre aux acteurs des marchés dérivés, lorsque les actions de l'émetteur constituent le sous-jacent de produits dérivés, d'intégrer la modification de la date de paiement du dividende dans leurs modèles de valorisation¹¹¹.

Une telle situation se présente notamment lorsque le détachement de dividende par action doit intervenir durant une échéance de produit dérivé distincte de celle impactée l'année précédente (exemple : dividende par action versé en juin de l'exercice N dont le détachement est décalé au mois de mai de l'exercice N+1).

Les mêmes principes s'appliquent lorsque les émetteurs modifient leur politique de distribution des dividendes en prévoyant un ou plusieurs acomptes sur dividendes ou en modifiant la date de détachement de ces acomptes.

6 ■ RISQUES ET LITIGES

Dans le cours de son activité, l'émetteur peut être exposé à divers types de risques. Schématiquement, il est possible de distinguer les risques propres à l'émetteur qui lui sont spécifiques et qui tiennent à des facteurs d'ordre interne (par exemple, le risque d'une défaillance d'un de ses clients, le risque lié à des pratiques non appropriées de fournisseurs, les risques liés à un événement significatif concernant une filiale cotée ou non cotée de l'émetteur, ou encore le risque de défaillance d'une contrepartie dans les opérations de marché), des risques qui tiennent à des facteurs externes notamment d'ordre macro-économiques susceptibles d'avoir un impact sur son activité et/ou ses résultats, par exemple les risques de marché (risque de change, risque de taux, risque de liquidité ou encore risque portant sur une matière première), les risques liés à un changement de la réglementation applicable à l'émetteur ou à une modification des règles fiscales, ou encore les risques par pays ayant un impact sur la production, la distribution des produits ou l'approvisionnement de l'émetteur.

L'AMF dans son guide d'élaboration des documents de référence donne ses recommandations pour la rédaction de la rubrique « facteurs de risque » des documents de référence.

RISQUES LIÉS À L'ÉVOLUTION DE FACTEURS MACRO-ÉCONOMIQUES

L'émetteur doit en principe communiquer au marché, sur une base régulière, dans le cadre de l'information périodique, les informations permettant aux investisseurs d'apprécier sa sensibilité aux risques d'ordre macro-économiques. Ainsi, le marché devrait en principe être en mesure d'apprécier l'incidence, sur la situation de l'émetteur, de toute évolution des facteurs macro-économiques susceptibles de l'affecter.

L'information relative aux risques de marché auxquels est exposé l'émetteur doit être incluse dans les états financiers de l'émetteur au titre de la norme IFRS 7. La section sur les principaux risques et incertitudes du rapport de gestion, du rapport financier annuel, et la section « facteurs de risque » du document de référence peuvent renvoyer aux passages pertinents des états financiers de l'émetteur pour la description de ces risques de marché. En complément de ces informations, le rapport de gestion doit désormais rendre compte des procédures de contrôle interne et de gestion des risques uniquement pour celles relatives à l'élaboration et au traitement de l'information financière et comptable, en lieu et place de l'ancien rapport du Président sur le contrôle interne. Il doit également décrire les risques financiers liés aux effets du changement

climatique et la présentation des mesures que prend l'entreprise pour les réduire en mettant en œuvre une stratégie bas-carbone dans toutes les composantes de son activité. Enfin, « *lorsque cela est pertinent pour l'évaluation de son actif, de son passif, de sa situation financière et de ses pertes ou profits* », le rapport de gestion doit indiquer les objectifs et la politique de l'émetteur concernant la couverture de chaque catégorie principale de transactions prévues pour lesquelles il est fait usage de la comptabilité de couverture, ainsi que sur son exposition aux risques de prix, de crédit, de liquidité et de trésorerie. Ces indications comprennent l'utilisation par la société des instruments financiers ¹¹².

Dès lors, l'émetteur pourra généralement s'abstenir de toute communication immédiate et spécifique concernant sa sensibilité aux évolutions des facteurs macro-économiques, cette communication s'effectuant en principe à l'occasion de la publication de l'information périodique.

Toutefois, lorsque l'émetteur constate que l'évolution d'un facteur macro-économique entraîne une perturbation injustifiée de son cours de bourse, il devrait examiner si cette perturbation provient d'une insuffisante explication au marché de sa sensibilité au facteur macro-économique concerné. Si tel est le cas, l'émetteur devrait communiquer rapidement au marché afin de lui fournir toutes les explications lui permettant d'apprécier l'impact de l'évolution du facteur macro-économique concerné sur son activité et/ou ses résultats.

RISQUES PROPRES À L'ÉMETTEUR

La communication relative aux risques propres à l'émetteur s'effectue en principe dans le cadre de l'information périodique (l'information sera ainsi exposée dans le rapport de gestion, le rapport financier annuel et/ou le document de référence voire dans une actualisation du document de référence).

Par exception, l'émetteur devrait toutefois procéder à la publication d'un communiqué dès la constatation d'un risque qui n'est pas connu du marché, s'il estime que l'ampleur et les impacts financiers éventuels du risque couru revêtent une importance telle au regard notamment des impacts estimés sur ses performances et sa structure financière des différents scénarios d'évolution du risque, des impacts éventuels sur son cours de bourse, des impacts estimés sur sa stratégie et/ou son organisation ou encore des impacts éventuels sur sa réputation, qu'elle suppose une communication immédiate au marché.

Lorsque l'émetteur estime qu'une communication immédiate au marché est nécessaire, cette communication devrait comprendre une explication de la nature du risque couru et décrire les procédures de contrôle interne mises en place par l'émetteur.

La communication de l'émetteur pourrait également donner une estimation des impacts chiffrés en cas de concrétisation du risque (sous réserve que cette estimation présente une fiabilité suffisante) et indiquer si l'émetteur a mis en place une couverture du risque.

LITIGES

Dans le cours de son activité, l'émetteur est exposé à différents types de litiges.

Schématiquement, ces litiges peuvent être les suivants :

- litiges avec un client, un fournisseur ou un partenaire commercial,
- action en responsabilité intentée à l'encontre de l'émetteur en raison de la défectuosité de ses produits/services ou liée au non-respect de la réglementation en matière d'environnement,
- litiges avec l'administration française ou européenne,
- litiges avec des salariés ou des représentants des salariés.

En principe, la communication de l'émetteur portant sur les principaux litiges est effectuée dans le cadre de l'information périodique (document de référence, états financiers).

Par exception, l'émetteur apprécie la nécessité ou l'opportunité de diffuser immédiatement un communiqué de presse, en examinant si le litige a une importance significative au regard de ses conséquences industrielles, commerciales et/ou financières pour l'émetteur, étant précisé que le caractère significatif d'un litige avec des salariés et/ou des représentants de salariés s'apprécie au regard de la masse salariale concernée et de la remise en cause éventuelle d'un plan social, ou d'un accord collectif.

En pratique, la communication de l'émetteur porte généralement sur les termes du litige et sur le montant des demandes formulées à l'encontre de l'émetteur au titre dudit litige. La communication de l'émetteur pourrait également inclure une estimation des impacts commerciaux, industriels, sociaux et/ou financiers éventuels de l'issue du litige pour l'émetteur – sous réserve que la divulgation de cette estimation ne porte pas atteinte aux intérêts de l'émetteur dans le cadre de la procédure en cours – et, le cas échéant, préciser si le litige est provisionné dans ses comptes.

7 ■ RUMEURS ET FUITES

RUMEURS

Par principe, il n'appartient pas à l'émetteur de commenter les rumeurs le concernant et ce, quelle que soit la source de cette rumeur (salle de marché, presse, forums Internet boursiers, etc.). Par exception, en cas de rumeur infondée persistante, et si cette rumeur induit, de l'appréciation de l'émetteur, une perturbation significative de son cours de bourse et/ou des volumes de transaction sur son titre, il appartient à l'émetteur d'apprécier l'opportunité de publier un communiqué de presse infirmant la rumeur.

Si la rumeur est fondée, il s'agit vraisemblablement d'une fuite qui devra être traitée comme telle par l'émetteur (voir *infra* « Fuites »).

L'hypothèse spécifique d'une rumeur relative au dépôt d'une offre publique sur l'émetteur est traitée dans la section consacrée aux offres publiques.

Sur l'utilisation des médias sociaux pour la gestion des rumeurs, voir Partie 3, Section 3 « *Communication financière et numérique* ».

FUITES

Conformément à l'article 17.7 du Règlement Abus de marché, repris par la position-recommandation AMF n° 2016-08 (*Guide de l'information permanente et de la gestion de l'information privilégiée*), lorsqu'une rumeur suffisamment précise fait explicitement référence à une information privilégiée, dont la publication a été différée, l'émetteur doit publier dès que possible cette information dont la confidentialité n'est plus assurée.

L'hypothèse spécifique d'une fuite relative au dépôt d'une offre publique sur l'émetteur est traitée dans la section consacrée aux offres publiques.

8 ■ OPÉRATIONS DE FUSION - ACQUISITION

ACQUISITION ET CESSION

Existence de négociations et signature d'une lettre d'intention ou d'un document précontractuel

Lorsque l'émetteur est en cours de négociations avec un tiers, en vue d'une opération d'acquisition ou de cession et que les conditions de différé d'information¹¹³ ne sont plus réunies notamment lorsqu'il n'est plus en mesure d'assurer la confidentialité de cette information, il apprécie si une communication immédiate au marché est nécessaire ou opportune, selon le cas, au regard du caractère significatif ou non de cette opération

113 – Voir Partie 1, Section 5, « Obligation de communiquer au marché les "informations privilégiées" concernant l'émetteur », pages 20 et suivantes.

(le caractère significatif de l'opération étant apprécié notamment en considération des critères développés dans le sous cas intitulé « *Signature de l'accord ferme* »).

Lorsque l'opération ne présente pas de caractère significatif, la communication de l'émetteur sur l'existence de négociations est facultative et s'effectue à son entière discrétion.

Si l'émetteur estime qu'une communication immédiate au marché est nécessaire ou opportune, la communication de l'émetteur indique en pratique l'objet des négociations, l'état d'avancement des négociations ainsi que le nom du partenaire.

En cas de signature d'un document précontractuel (protocole d'accord, lettre d'intention, etc.), la communication de l'émetteur peut, dans certains cas, contenir une synthèse des éléments clés de l'accord ainsi que les éventuelles étapes futures ou conditions suspensives devant se réaliser préalablement à la conclusion d'un accord ferme ou la mise en œuvre de l'opération, lorsque l'émetteur estime que la communication de ces éléments au marché est nécessaire ou opportune.

Data room

L'AMF encadre dans sa position-recommandation n° 2016-08 (§ 3.2) les modalités de transmission d'informations privilégiées préalablement à des opérations de cession de participations significatives dans des sociétés cotées sur un marché réglementé (procédures dites de « *data room* »). L'AMF recommande que les procédures de data room ne donnent accès à des informations privilégiées que si cet accès est strictement nécessaire à l'information des participants pour les besoins de l'opération concernée et que l'accès à toute *data room* soit réservé aux signataires d'une lettre d'intention témoignant de leur intention de réaliser une opération financière et du sérieux de leur projet, en particulier de leur capacité à financer celui-ci.

Préalablement à l'ouverture d'une procédure de *data room*, chacun des participants devrait signer un engagement de confidentialité, destiné à prévenir tout risque de divulgation et d'exploitation d'information privilégiée. Lorsque des informations communiquées dans le cadre de la data room deviennent privilégiées pendant qu'elle est ouverte, l'émetteur est tenu, soit de la rendre publique, soit de la différer dans le respect des conditions requises par le Règlement Abus de marché¹¹³. Afin de rétablir le principe d'égalité d'accès à l'information, à l'occasion d'une opération financière, l'AMF attend également des émetteurs qu'ils publient dans le prospectus ou la note d'information toute information privilégiée transmise dans le cadre d'une *data room* entre le ou les investisseurs futurs et la société, étant précisé qu'une telle communication ne suffit pas à décharger l'émetteur de diffuser l'information privilégiée conformément aux conditions requises par l'article 17-1 du Règlement Abus de marché. L'AMF précise que dans l'hypothèse d'une *data room* intervenant lors d'une offre publique, et dans le cas d'offres concurrentes, l'émetteur devrait organiser l'accès de tous les compétiteurs aux informations contenues dans la *data room* et conclure avec chacun un accord de confidentialité. L'AMF recommande enfin aux émetteurs de limiter

la mise en place de data room donnant lieu ou pouvant donner lieu à la transmission d'informations privilégiées aux seules opérations significatives.

Signature de l'accord ferme (*Signing*)

Lors de la signature par l'émetteur d'un accord ferme portant sur une opération d'acquisition ou de cession, l'émetteur apprécie la nécessité ou l'opportunité d'une communication immédiate au marché au regard du caractère significatif ou non que l'acquisition ou la cession revêt pour lui. Il peut également décider de différer cette information sous réserve de respecter les conditions requises¹¹⁴.

Le caractère significatif de l'opération de cession ou d'acquisition, selon le cas, devrait notamment être apprécié au regard de la taille de l'acquisition, et des impacts estimés sur l'activité, les résultats et la structure financière de l'émetteur, de l'intérêt stratégique, financier, commercial et/ou industriel de l'opération pour l'émetteur et de la plus ou moins-value réalisée par l'émetteur en cas de cession.

Lorsque l'opération ne revêt pas un caractère significatif pour l'émetteur, une communication au marché peut tout de même être effectuée si l'annonce de l'acquisition correspond à une attente du marché.

L'information du marché s'effectue par la publication d'un communiqué de presse. Dans certains cas, les émetteurs organisent également une réunion d'analystes ou une conférence de presse relative à l'opération concernée.

En pratique, le communiqué de presse diffusé par l'émetteur contient généralement une description de la cible (activités, résultats et perspectives) et les objectifs stratégiques, financiers, commerciaux et/ou industriels poursuivis par l'émetteur dans le cadre de cette acquisition ou de cette cession, selon le cas. Le communiqué de presse présente également les éventuelles conditions suspensives affectant la réalisation de l'opération (autorisations réglementaires et concurrence, etc.) et donne un calendrier indicatif de l'opération (*un exemple de communiqué de presse figure en Annexe 2 du Guide relatif au dépôt de l'information réglementée auprès de l'AMF et à sa diffusion*).

S'agissant d'une opération d'acquisition, le communiqué de presse diffusé par l'émetteur indique généralement le prix d'acquisition s'il est significatif et peut, si l'émetteur l'estime utile, indiquer le mode de financement envisagé de l'opération.

Le cas échéant, le communiqué de presse peut également indiquer les impacts comptables de l'opération, les synergies escomptées, l'évolution éventuelle ou le maintien du management de la cible et décrire les risques spécifiques que présente la cible (tels que les risques environnementaux, les risques sociaux, etc.).

S'agissant d'une opération de cession, le communiqué de presse diffusé par l'émetteur indique généralement la plus-value ou moins-value estimée lorsqu'elle est significative (cette information pouvant toutefois être donnée de manière qualitative et non chiffrée).

114 – Voir Partie 1, Section 5, « Obligation de communiquer au marché les "informations privilégiées" concernant l'émetteur », pages 20 et suivantes.

Il convient de préciser que, dans certains cas, pour des raisons comptables spécifiques tenant à l'actif cédé, cette information peut ne pas être communiquée au marché lorsqu'elle est susceptible d'induire le public en erreur.

En revanche, il est rare en pratique que les émetteurs communiquent au marché une description du contexte de l'opération ou divulguent l'existence d'accords ou d'opérations annexes (tels que des contrats de management, des contrats commerciaux, etc.).

Réalisation définitive de l'opération

En pratique, les émetteurs procèdent généralement à une communication au marché lors de la réalisation définitive d'une opération d'acquisition ou de cession d'une importance significative sur laquelle ils ont préalablement communiqué, notamment lorsque le contexte de l'opération présentait des risques de non réalisation dont le marché était informé.

Par ailleurs, l'opération d'acquisition ou de cession entraînera une modification du périmètre de l'émetteur susceptible de donner lieu à une information pro forma dans le cadre de l'information périodique (voir *supra* « *Modification du périmètre de l'émetteur publication d'informations pro forma* »).

Réalisation ou défaut de réalisation de conditions suspensives affectant l'opération

Lors de la réalisation des conditions suspensives (autorisation des autorités de la concurrence compétentes, autorisations réglementaires, etc.) qui affectent une opération de cession ou d'acquisition sur laquelle l'émetteur a préalablement communiqué, l'émetteur apprécie, au cas par cas, la nécessité ou l'opportunité, selon le cas, de communiquer cette information au marché au regard du caractère significatif de ces conditions suspensives pour la réalisation de l'opération.

En cas de défaut de réalisation d'une condition suspensive affectant une opération de cession ou d'acquisition sur laquelle l'émetteur a préalablement communiqué, une communication immédiate au marché est nécessaire lorsque l'absence de réalisation de cette condition suspensive empêche définitivement la réalisation de l'opération.

Rupture de négociations

En cas de rupture des négociations, une communication immédiate au marché paraît nécessaire si le marché était informé des négociations en cours ; au cas inverse, la communication de l'information au marché ne paraît pas souhaitable.

Si l'émetteur communique sur la rupture des négociations, le communiqué de presse publié par l'émetteur rappellera l'objet des négociations. En pratique, il est rare que le communiqué de presse indique le motif exact de la rupture des négociations.

Cessions et acquisitions d'actifs significatifs

Depuis juin 2015, l'AMF recommande¹¹⁵ que toute société dont les actions sont admises aux négociations sur un marché réglementé prévoie une consultation de l'Assemblée générale des actionnaires préalablement à la cession, en une ou plusieurs opérations, ou à la conclusion de promesse ou d'option de vente portant sur des actifs représentant au moins la moitié de ses actifs totaux en moyenne sur les deux derniers exercices. Cette consultation des actionnaires est également recommandée dès lors qu'au moins deux des cinq ratios définis par l'AMF dans sa position-recommandation n° 2015-05 atteignent ou dépassent la moitié du montant consolidé de référence pour ce ratio, calculé sur les deux exercices précédents (par exemple le chiffre d'affaires réalisé par l'actif ou l'activité cédée, rapporté au chiffre d'affaires consolidé, ou le prix de cession de l'actif rapporté à la capitalisation boursière du groupe). Si la société décidait de ne pas appliquer les ratios indiqués précédemment, il lui appartiendra de justifier de son choix, d'indiquer les critères alternatifs retenus et de justifier de leur pertinence.

Le Code AFEP-MEDEF, modifié en dernier lieu en novembre 2016, prévoit qu'en cas d'avis négatif de la part de l'Assemblée générale, le Conseil publie immédiatement sur le site de la société un communiqué sur les suites qu'il entend donner à l'opération.

Par ailleurs, si ces cessions ou acquisitions entrent dans le cycle normal de l'activité des sociétés ayant pour activité principale l'acquisition et la gestion de participations, celles-ci doivent néanmoins expliquer de manière étayée et adaptée à leur situation particulière les raisons pour lesquelles elles estiment qu'écarter cette consultation est conforme à l'intérêt social.

L'AMF et le Code AFEP-MEDEF recommandent également aux dirigeants d'informer les actionnaires et le marché :

- de toute cession ou acquisition d'actifs significatifs, qui n'est pas nécessairement déterminée par les ratios susmentionnés ;
- du contexte et de la négociation de l'accord de cession ou d'acquisition ;
- des motifs d'ordre stratégique, économique et financier qui ont conduit à envisager et lancer le processus de cession ;
- des étapes successives du processus d'instruction de l'opération mis en œuvre par les organes de la société dans le respect de l'intérêt social.

En cas de cession, devront également être précisés les critères quantitatifs et qualitatifs explicitant les raisons pour lesquelles l'offre a été retenue, et dans l'hypothèse de plusieurs offres concurrentes, les conditions dans lesquelles ces offres ont été appréciées et écartées, sous réserve des clauses de confidentialité. En cas d'acquisition d'actifs significatifs, le mode de financement de cette opération devra être détaillé.

FUSION, SCISSION (*SPIN OFF*), APPORT D'ACTIFS

Il est rappelé, conformément à l'instruction AMF n°2016-04 (Information à diffuser en cas d'offre au public ou d'admission aux négociations de titres financiers sur un marché réglementé que, dans le cas d'une opération de fusion ou d'apport d'actifs, les obligations de communication dépendent notamment du volume de titres financiers offerts en rémunération de l'opération.

- Lorsque les titres financiers émis ou cédés dans le cadre d'une opération de fusion ou d'apport d'actifs ne représentent pas plus de 10% des titres financiers de même catégorie déjà admis aux négociations sur un marché réglementé, *a minima*, l'émetteur établit et diffuse un communiqué sur le nombre et la nature des titres offerts ainsi que sur les motifs et les modalités de l'opération préalablement à l'assemblée générale des actionnaires appelée à autoriser l'opération ou, au plus tard, le jour de la réunion de l'organe d'administration décidant de l'émission des titres financiers concernés. Le communiqué est déposé à l'AMF préalablement à sa diffusion selon les modalités fixées à l'article 221-5 et publié selon les modalités de l'information réglementée.
- Lorsque les titres financiers émis ou cédés dans le cadre d'une opération de fusion ou d'apport d'actifs représentent plus de 10% des titres financiers de même catégorie déjà admis aux négociations sur un marché réglementé, l'émetteur devra, au delà des étapes de communications présentées ci-après, établir un document contenant les informations précisées en annexe II de l'instruction AMF n°2016-04, communément appelé « Document Ex ».

Dans le cadre d'une réorganisation interne

■ Prise de décision définitive des organes sociaux

Lorsque l'émetteur décide de réaliser une opération de fusion, de scission (*spin-off*) ou apport d'actifs, dans le cadre d'une réorganisation interne, l'émetteur apprécie la nécessité ou l'opportunité, selon le cas, d'une communication au marché en examinant le caractère significatif de l'opération au regard notamment de son intérêt stratégique, commercial, industriel et/ou financier pour l'émetteur, de l'importance de la réorganisation effectuée, de l'impact de la réorganisation sur les comptes consolidés de l'émetteur et la dilution des actionnaires de l'émetteur résultant de l'opération.

Si l'émetteur estime qu'une communication est nécessaire ou opportune, le communiqué de presse de l'émetteur devrait être diffusé dès la prise de décision définitive des organes sociaux de la société chef de groupe.

En pratique, le communiqué de presse indique généralement les motifs de l'opération et son positionnement dans la stratégie du groupe de l'émetteur ainsi qu'une description de l'opération et de ses impacts sur la réorganisation du groupe et précise le calendrier indicatif de l'opération. Il indique également, le cas échéant, l'impact dilutif de l'opération pour les actionnaires de l'émetteur. Dans certains cas, le communiqué de presse diffusé par l'émetteur fait état de la parité de fusion ou de la valeur d'apport et décrit les impacts

de l'opération sur les comptes (tout au moins les principaux indicateurs clés) des sociétés concernées (comprenant notamment, le cas échéant, une estimation des coûts de la restructuration).

■ **Réalisation ou défaut de réalisation des conditions suspensives**

Lors de la réalisation des conditions suspensives (autorisations réglementaires, etc.) qui affectent une opération de fusion, de scission (*spin-off*) ou apport d'actifs qui se déroule dans le cadre d'une réorganisation interne, sur laquelle l'émetteur a précédemment communiqué, l'émetteur apprécie, au cas par cas, la nécessité ou l'opportunité de communiquer cette information au marché au regard du caractère significatif de ces conditions suspensives pour la réalisation de l'opération.

En cas de défaut de réalisation d'une condition suspensive affectant une opération de fusion, de scission (*spin-off*) ou d'apport d'actifs qui se déroule dans le cadre d'une réorganisation interne, sur laquelle l'émetteur a précédemment communiqué, une communication immédiate au marché est nécessaire lorsque l'absence de réalisation de cette condition suspensive empêche définitivement la réalisation de l'opération.

■ **Réalisation définitive de l'opération**

En pratique, les émetteurs procèdent généralement à une communication au marché lors de la réalisation définitive d'une opération de réorganisation d'une importance significative sur laquelle ils ont préalablement communiqué, notamment si le contexte de l'opération présentait des risques de non réalisation de l'opération dont le marché était informé.

Dans le cadre d'un rapprochement avec un tiers

■ **Existence de négociations, signature d'un accord précontractuel**

Lorsque l'émetteur est en cours de négociations avec un tiers, en vue d'une opération de fusion, d'apport d'actifs ou de scission (*spin-off*), et qu'il n'est plus en mesure d'assurer la confidentialité de cette information, il apprécie si une communication immédiate au marché est nécessaire ou opportune, selon le cas, au regard du caractère significatif ou non de cette opération (le caractère significatif de l'opération étant apprécié notamment en considération des critères développés dans le sous-cas intitulé « *Signature du traité* »). Lorsque l'opération ne présente pas de caractère significatif, la communication de l'émetteur sur l'existence de négociations est facultative et s'effectue à son entière discrétion.

Si l'émetteur estime qu'une communication immédiate au marché est nécessaire ou opportune, la communication de l'émetteur indique en pratique l'objet des négociations, leur état d'avancement ainsi que le nom du partenaire.

En cas de signature d'un document précontractuel (protocole d'accord, lettre d'intention, etc.), la communication de l'émetteur peut, dans certain cas, contenir une synthèse des éléments clés de l'accord ainsi que les éventuelles étapes futures ou conditions suspensives devant se réaliser préalablement à la conclusion d'un accord ferme ou la mise en œuvre de l'opération lorsque l'émetteur estime que la communication de ces éléments au marché est nécessaire ou opportune.

■ Signature du traité

En cas de fusion, de scission (*spin-off*) ou apport d'actifs réalisé dans le cadre d'un rapprochement avec un tiers, lors de la signature du traité de fusion ou du traité d'apport, l'émetteur apprécie la nécessité ou l'opportunité, selon le cas, d'une communication immédiate au marché en fonction du caractère significatif ou non de l'opération, au regard de son intérêt stratégique, commercial, industriel et/ou financier pour l'émetteur et de ses impacts estimés sur les résultats et la structure financière de l'émetteur.

L'information du marché s'effectue par la publication d'un communiqué de presse. En pratique, le communiqué de presse diffusé par l'émetteur indique les motifs du rapprochement et les synergies escomptées ainsi que les modalités de l'opération, son calendrier et les éventuelles conditions suspensives (notamment, autorisations réglementaires et concurrence). Il décrit généralement les impacts de l'opération sur les comptes consolidés de l'émetteur et sur la composition des organes sociaux et fait état du prix, de la parité de fusion ou de la rémunération de l'apport, selon le cas.

Dans certains cas, les émetteurs organisent également une réunion d'analystes ou une conférence de presse relative à l'opération concernée.

Lorsque l'émetteur est le bénéficiaire de l'apport, le communiqué de presse diffusé par l'émetteur contient généralement une indication de la dilution résultant de l'opération pour les actionnaires de l'émetteur.

Lorsque l'émetteur est la société apporteuse, le communiqué de presse diffusé par l'émetteur contient, dans la plupart des cas, une indication de l'intérêt stratégique pour l'émetteur de la participation reçue en rémunération de l'apport.

En revanche, il est rare en pratique que les émetteurs communiquent au marché une description du contexte de l'opération ou divulguent l'existence d'accords ou d'opérations annexes (tels que des contrats de management, des contrats commerciaux, etc.).

■ Réalisation ou défaut de réalisation des conditions suspensives

Lors de la réalisation des conditions suspensives (autorisation des autorités de la concurrence compétentes, autorisations réglementaires, etc.) qui affectent une opération de fusion, de scission (*spin-off*) ou apport d'actifs qui se déroule dans le cadre d'un rapprochement avec un tiers, sur laquelle l'émetteur a préalablement communiqué, l'émetteur apprécie, au cas par cas, la nécessité ou l'opportunité de communiquer cette information au marché au regard du caractère significatif de ces conditions suspensives pour la réalisation de l'opération.

En cas de défaut de réalisation d'une condition suspensive affectant une opération de cession ou d'acquisition sur laquelle l'émetteur a préalablement communiqué, une communication immédiate au marché est nécessaire lorsque l'absence de réalisation de cette condition suspensive empêche définitivement la réalisation de l'opération.

■ Réalisation définitive de l'opération

En pratique, les émetteurs procèdent généralement à une communication au marché lors de la réalisation définitive d'une opération de rapprochement avec un tiers d'une importance significative sur laquelle ils ont préalablement communiqué, notamment si le contexte de l'opération présentait des risques de non réalisation de l'opération dont le marché était informé.

OFFRE PUBLIQUE

Les offres publiques d'achat (OPA) consistent pour une personne morale ou physique (« l'initiateur »), à offrir publiquement aux détenteurs d'instruments financiers négociés sur un marché réglementé, d'acquérir, contre le versement d'un prix en numéraire, tout ou partie desdits instruments financiers. L'initiateur dépose un projet d'offre à l'AMF ainsi qu'un projet de note d'information. L'AMF examine les conditions de recevabilité de l'offre avant de déclarer (ou non) l'offre recevable. L'AMF vérifie également la qualité de l'information donnée aux investisseurs avant d'apposer son visa sur la note d'information.

Les offres publiques d'échange (OPE) consistent pour l'initiateur à offrir publiquement aux détenteurs d'instruments financiers négociés sur un marché réglementé de les échanger contre des titres émis ou à émettre. Tout comme en matière d'OPA, les conditions de l'offre et la qualité de l'information font l'objet d'un contrôle de l'AMF.

Les offres publiques mixtes cumulent à la fois une offre publique d'achat et une offre publique d'échange.

Les offres publiques de retrait (OPR) ont pour but de permettre la sortie des actionnaires minoritaires en organisant, à l'initiative, soit des actionnaires majoritaires, soit des actionnaires minoritaires, le rachat des titres des premiers par les seconds. Une OPR peut intervenir lorsque le ou les actionnaires majoritaires détiennent plus de 95 % des droits de vote de l'émetteur, lorsqu'une société anonyme se transforme en société en commandite par actions, ou lorsque surviennent des modifications juridiques ou financières significatives, ces dernières visant notamment les cas de modifications significatives des statuts et de cession des principaux actifs de l'émetteur. Si les actionnaires majoritaires peuvent être à l'initiative d'une OPR, lorsqu'ils détiennent plus de 95 % des droits de vote, ils sont également susceptibles d'être contraints de lancer une OPR sur décision de l'AMF.

Le retrait obligatoire, lequel suppose que l'actionnaire ou le groupe majoritaire détienne plus de 95 % des droits de vote, a pour but de contraindre les minoritaires à céder leurs actions, permettant ainsi une sortie de la cotation et une détention à 100 % des titres par les majoritaires. Le retrait obligatoire peut intervenir à l'issue soit d'une offre publique de retrait, soit de toute autre offre publique.

Événements concernant l'initiateur

■ Rumeurs

Un dispositif anti-rumeurs (dit de « *put-up or shut up* ») est prévu aux articles 223-32 et suivants du Règlement général de l'AMF.

Ce dispositif permet à l'AMF, en particulier lorsque le marché des titres d'un émetteur fait l'objet de variations significatives de prix ou de volumes inhabituels, de demander à toute personne pour laquelle il existe un motif raisonnable de penser qu'elle prépare une offre publique de se déclarer dans un délai fixé par l'AMF.

Si la personne interrogée déclare ne pas avoir l'intention de déposer une offre publique sur la cible potentielle, elle ne pourra déposer une offre publique sur la société concernée avant l'expiration d'un délai de 6 mois courant à compter de cette déclaration sauf modification importante dans l'environnement, la situation ou l'actionnariat de la cible ou de l'initiateur potentiel.

Si la personne interrogée reconnaît avoir l'intention de déposer une offre publique, elle doit indiquer dans un communiqué, au terme d'un délai fixé par l'AMF, les caractéristiques de son offre faute de quoi, elle sera réputée ne pas avoir l'intention de déposer un projet d'offre.

Le communiqué indiquant les caractéristiques d'une offre, qu'il soit publié en application de ce dispositif ou qu'il le soit spontanément par une personne préparant une opération susceptible d'avoir une influence significative sur le cours d'un titre, marque le début de la période de pré-offre.

Sans préjudice de l'existence du dispositif anti-rumeurs évoqué ci-dessus, lorsqu'il existe une rumeur précise relative au dépôt d'une offre inimicale par un ou plusieurs initiateurs potentiels identifiés, dans la mesure où la rumeur induit une perturbation significative du cours de bourse de la cible éventuelle et/ou du cours de bourse de l'initiateur pressenti, il est de la responsabilité de l'initiateur pressenti de prendre, dans les meilleurs délais, toutes les mesures qu'il juge nécessaires afin d'écourter cette situation d'incertitude et de faire cesser l'agitation sur le cours.

Si la rumeur est infondée, l'initiateur pressenti devrait ainsi publier dans les meilleurs délais un communiqué comprenant un démenti de la rumeur.

À l'inverse, si la rumeur est fondée et que l'initiateur pressenti envisage effectivement de déposer une offre, cet initiateur devrait essayer d'accélérer le calendrier de dépôt de l'offre publique afin d'éviter que la période d'incertitude ne se prolonge au-delà d'un délai raisonnable.

■ Dépôt

Lors du dépôt d'une offre publique, une communication au marché de l'initiateur est obligatoire en application de la réglementation. Le contenu et les modalités de cette communication sont fixés par la réglementation, modifiée à la suite de la loi dite « Florange » du 29 mars 2014.

Cette communication s'effectue par la publication d'un communiqué de presse, d'une note d'information et d'un document d'information relatifs aux caractéristiques de l'initiateur.

- **Communiqué de presse**

Le communiqué de presse contient les principaux éléments du projet de note d'information et précise les modalités de mise à disposition du projet de note d'information (*un exemple de communiqué de presse figure en Annexe 13 du Guide relatif au dépôt de l'information réglementée auprès de l'AMF et à sa diffusion*).

Le communiqué de presse de l'initiateur doit être publié au plus tard lors du dépôt du projet de note d'information à l'AMF, selon des méthodes permettant d'en assurer la diffusion effective et intégrale. Le communiqué de presse diffusé par l'initiateur est également mis en ligne sur le site de l'AMF et sur celui de l'émetteur.

- **Note d'information**

Le contenu de la note d'information est fixé par la réglementation. Depuis la loi dite « Florange » du 29 mars 2014, la note d'information doit notamment préciser (i) le nombre d'actions et de droits de vote que le seuil de caducité de l'offre représente à la date du dépôt de l'offre, (ii) la politique industrielle et financière des sociétés concernées pour les 12 mois à venir, (iii) les engagements et intentions spécifiques de l'initiateur formalisés dans le cadre de la procédure d'information consultation du comité d'entreprise et (iv) ses intentions quant au maintien ou retrait de la cote des titres de la cible¹¹⁶.

Le projet de note d'information doit être déposé auprès de l'AMF en même temps que le projet d'offre. Dès le dépôt de l'offre, le projet de note d'information est tenu gratuitement à la disposition du public, au siège de l'initiateur et auprès du ou des établissements présentateurs de l'offre.

Lorsque le projet de note d'information a été établi conjointement avec la société cible, il est également mis à disposition au siège de la société cible et auprès des organismes chargés d'assurer le service financier des titres de la société cible. Enfin, le projet de note d'information est publié sur le site Internet de l'initiateur et sur le site de l'AMF.

Lorsque le projet de note d'information a été établi conjointement avec la société cible, il est également mis en ligne sur le site Internet de la société cible.

La note d'information définitive, une fois visée par l'AMF, est diffusée avant l'ouverture de l'offre et au plus tard le 2^e jour de négociation suivant la déclaration de conformité de l'offre. La note d'information définitive de l'initiateur doit être, soit publiée dans un quotidien d'information économique et financière de diffusion nationale, soit tenue gratuitement à la disposition du public au siège de l'initiateur et auprès des établissements présentateurs de l'offre (*un exemple de communiqué de presse figure en Annexe 14 du Guide relatif au dépôt de l'information réglementée auprès de l'AMF et à sa diffusion*).

Lorsque la note d'information définitive n'est pas publiée dans un quotidien d'information économique et financière de diffusion nationale, l'initiateur doit, soit publier un résumé de la note d'information dans un quotidien d'information économique et financière de diffusion nationale, soit procéder à la publication d'un communiqué, selon des méthodes permettant d'en assurer la diffusion effective et intégrale, précisant les modalités de mise à disposition de la note d'information définitive.

La note d'information définitive est mise en ligne sur le site Internet de l'AMF.

- **Document d'information relatif aux caractéristiques de l'initiateur**

Les informations relatives aux caractéristiques notamment juridiques, financières et comptables de l'initiateur ne sont pas intégrées dans la note d'information mais publiées dans un document d'information séparé qui ne fait pas l'objet d'un visa de l'AMF.

Le document d'information relatif aux caractéristiques de l'initiateur doit être déposé auprès de l'AMF et mis à la disposition du public dans les mêmes conditions que la note d'information, au plus tard le jour précédant l'ouverture de l'offre.

Lorsque l'initiateur publie un document de référence, ce document d'information consistera pour l'essentiel en une actualisation des informations contenues dans le document de référence.

■ **Événement en cours d'offre**

Pendant la période d'offre publique, l'initiateur et la société cible s'assurent que leurs actes, décisions et déclarations n'ont pas pour effet de compromettre l'intérêt social et l'égalité de traitement ou d'information des investisseurs.

En cas de survenance d'un événement en cours d'offre dont il a connaissance, l'initiateur apprécie la nécessité ou l'opportunité, selon le cas, de procéder à la diffusion d'un communiqué de presse au regard de l'impact de cet événement sur l'offre et/ou sur son cours de bourse.

Si l'initiateur estime qu'une communication au marché est nécessaire ou opportune, le communiqué de presse diffusé par l'initiateur devrait être publié dès la survenance de l'événement et comprendre une description de l'événement ainsi qu'une explication de ses impacts sur le déroulement et/ou l'appréciation de l'offre.

■ **Offre publique concurrente**

Lorsqu'un tiers dépose une offre concurrente, la communication du premier initiateur est facultative et s'effectue à l'entière discrétion de l'initiateur, sauf s'il décide de surenchérir sur l'offre ou de renoncer à son offre (voir *infra* « Renonciation à l'offre publique » et « Surenchère »).

■ **Renonciation à l'offre publique**

Il convient de rappeler que l'initiateur peut renoncer à l'offre :

- dans un délai de 5 jours de négociation suivant la publication du calendrier d'une offre ou d'une surenchère concurrente ; ou
- si la cible, en raison de mesures qu'elle a prises, voit sa consistance modifiée pendant l'offre ou en cas de suite positive de l'offre, ou si l'offre devient sans objet (dans ce cas, l'autorisation préalable de l'AMF est nécessaire).

L'initiateur doit communiquer sa décision de renoncer à l'offre à l'AMF, qui devra le cas échéant statuer sur la possibilité pour l'initiateur de renoncer. La décision de renoncer à l'offre peut, le cas échéant, être accompagnée des motifs de la renonciation. L'AMF rend publique la décision de l'initiateur de renoncer à l'offre.

■ **Surenchère**

Il convient de rappeler que l'initiateur d'une offre dispose de la possibilité de surenchérir sur son offre initiale. Le dépôt auprès de l'AMF du projet de surenchère doit être réalisé au plus tard 5 jours de négociation avant la clôture de l'offre initiale. En cas de surenchère, une communication au marché par l'initiateur est obligatoire.

L'initiateur doit diffuser un document complémentaire à la note d'information, visé par l'AMF, dont le contenu est fixé par la réglementation.

Le document complémentaire à la note d'information précise les termes de la surenchère au regard des conditions précédentes de l'offre ainsi que les modifications des divers éléments contenus dans la note d'information de l'initiateur.

Le dépôt auprès de l'AMF du projet de document complémentaire à la note d'information est effectué concomitamment au dépôt du projet de surenchère (et donc au plus tard 5 jours de négociation avant la clôture de l'offre initiale).

Événements concernant la cible

■ **Rumeurs**

Sans préjudice de l'existence du dispositif anti-rumeurs évoqué ci-dessus, lorsqu'il existe une rumeur précise relative à l'existence de discussions entre un émetteur et un ou plusieurs initiateurs potentiels en vue du dépôt d'une offre publique dans la mesure où la rumeur induit une perturbation significative du cours de bourse de la cible éventuelle, il est de la responsabilité de l'émetteur de prendre, dans les meilleurs délais, toutes les mesures qu'il juge nécessaires afin d'écourter cette situation d'incertitude et de faire cesser l'agitation sur son cours.

Si la rumeur est infondée, l'émetteur concerné devrait ainsi publier dans les meilleurs délais un communiqué comprenant un démenti de la rumeur.

À l'inverse, si la rumeur est fondée et dès lors que le projet d'offre ne peut être déposé rapidement, l'émetteur devrait publier, dans les meilleurs délais, un communiqué faisant état de l'existence de discussions et indiquant le cas échéant l'identité de l'initiateur (ou des initiateurs) potentiel(s) et l'état d'avancement des discussions.

■ **Éléments susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique**

Les émetteurs ont l'obligation d'indiquer, dans leur rapport de gestion, certains éléments dont la liste est fixée par la réglementation (clauses de changement de contrôle, structure du capital, etc.) lorsqu'ils sont susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique.

Il appartiendra à l'émetteur d'examiner au cas par cas et sous sa propre responsabilité si ces éléments sont susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique et, en conséquence, s'ils doivent être mentionnés dans le rapport de gestion.

La note d'information en réponse publiée par la société cible devra comprendre une actualisation des éléments, susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique, publiés dans le rapport de gestion.

Par ailleurs, les émetteurs peuvent insérer dans leurs statuts certaines dispositions prévoyant la neutralisation des restrictions statutaires ou conventionnelles à l'exercice des droits de vote ou au transfert des actions ainsi que la suspension des droits extraordinaires de nomination ou de révocation des dirigeants en cas d'offre publique. Dès la modification des statuts, l'émetteur devra informer l'AMF de l'introduction ou de la suppression de telles clauses statutaires aux fins de mise en ligne sur le site Internet de l'AMF.

■ **Dépôt (offre amicale)**

Lors du dépôt d'une offre publique amicale, une communication de la cible est obligatoire en application de la réglementation. Son contenu et ses modalités sont fixés par la réglementation.

En cas d'offre publique amicale, dans l'hypothèse où une attestation d'équité délivrée par un expert indépendant n'est pas requise, une seule note d'information est établie conjointement par la cible et l'initiateur. La note d'information conjointe contiendra ainsi les principaux éléments qui doivent figurer dans la note d'information en réponse (voir *infra* « Note d'information en réponse »).

À l'inverse, depuis la réforme des offres publiques, lorsque le conseil d'administration ou le conseil de surveillance de la société cible, selon le cas, a désigné un expert indépendant en vue de la délivrance d'une attestation d'équité, la note d'information en réponse de la société cible ne peut être établie conjointement avec la note d'information de l'initiateur et fait l'objet d'un dépôt séparé.

■ **Dépôt (offre inamicale)**

En cas de dépôt d'une offre publique inamicale, il semble nécessaire, pour la société cible, de publier un communiqué de presse afin d'informer le marché sur le caractère non sollicité de l'offre. Le communiqué de presse devrait être publié rapidement à compter du dépôt de l'offre et, dans la mesure du possible, le jour du dépôt de l'offre.

Dans ce communiqué, la cible indiquera le caractère non sollicité de l'offre publique et pourra également, si elle le souhaite, communiquer la date de la réunion du conseil d'administration ou du conseil de surveillance appelé à se prononcer sur l'offre publique.

■ **Avis du Conseil de la cible**

Lors du dépôt d'une offre publique, la société cible peut, dès la publication du communiqué de l'initiateur et au plus tard lors de la publication de la note en réponse, publier un communiqué de presse.

Ce communiqué de presse comprend l'avis motivé du Conseil d'administration ou du Conseil de surveillance sur l'intérêt et/ou les risques de l'offre et sur ses conséquences pour la société cible, ses actionnaires et ses salariés. Il comprend

également la mention des conditions d'obtention de cet avis (membres absents, existence d'opinions divergentes, etc.). Le cas échéant, le communiqué de presse diffusé par la société cible mentionne les conclusions du rapport de l'expert indépendant désigné par le Conseil d'administration ou le Conseil de surveillance de la cible, selon le cas, aux fins de délivrer une attestation d'équité sur les conditions financières de l'offre. Ce communiqué de presse doit également, s'il y a lieu, mentionner les conclusions de l'avis du comité d'entreprise sur le projet d'offre. Cette communication est facultative pour la société cible et s'effectue à son entière discrétion.

■ Note d'information en réponse

La publication d'une note d'information en réponse est obligatoire en application de la réglementation des offres publiques. Son contenu et les modalités de sa diffusion sont fixés par la réglementation. La note d'information en réponse doit notamment mentionner, s'il y a lieu, (i) l'avis du comité d'entreprise de la société cible, (ii) le rapport de l'expert-comptable réalisé pour le compte du comité d'entreprise et (iii) les mesures susceptibles de faire échouer l'offre que la société cible a mises en œuvre, ou décide de mettre en œuvre.

Si, postérieurement à la publication de la note d'information en réponse, la société cible met en œuvre ou décide de mettre en œuvre des mesures nouvelles susceptibles de faire échouer l'offre, la société cible publie un communiqué pour en informer le marché.

Le projet de note d'information en réponse doit en principe être déposé auprès de l'AMF au plus tard 5 jours de bourse après la publication de la déclaration de conformité de l'offre par l'AMF. Par exception, lorsqu'un expert indépendant est désigné en application de la réglementation, la société cible doit déposer le projet de note d'information en réponse au plus tard 20 jours de bourse suivant le dépôt de l'offre ; la déclaration de conformité de l'offre étant alors prononcée par l'AMF au plus tôt 5 jours de bourse après le dépôt du projet de note en réponse de la société cible.

Dans les cas où le comité d'entreprise des sociétés concernées doit être informé et consulté, le projet de note d'information en réponse doit être déposé auprès de l'AMF à la plus tardive des dates suivantes : (i) lorsqu'un expert indépendant est désigné, au plus tard 20 jours de bourse suivant le dépôt de l'offre, et (ii) dans les autres cas, au plus tard 15 jours de bourse suivant le dépôt de l'offre.

Dès son dépôt auprès de l'AMF, le projet de note d'information en réponse est tenu gratuitement à la disposition du public au siège de la société cible et auprès des organismes chargés d'assurer le service financier des titres de la société cible. Le projet de note d'information en réponse est également publié sur le site de la société cible et sur le site de l'AMF.

La note d'information en réponse définitive est diffusée au public après l'obtention du visa de l'AMF.

La note d'information en réponse définitive de l'initiateur doit être, soit publiée dans un quotidien d'information économique et financière de diffusion nationale, soit tenue gratuitement à la disposition du public au siège de la société cible et auprès des

organismes chargés d'assurer le service financier de ses titres (*un exemple de communiqué de presse figure en Annexe 14 du Guide relatif au dépôt de l'information réglementée auprès de l'AMF et à sa diffusion*).

Lorsque la note d'information en réponse définitive n'est pas publiée dans un quotidien d'information économique et financière de diffusion nationale, la société cible doit, soit publier un résumé de la note d'information dans un quotidien d'information économique et financière de diffusion nationale, soit procéder à la diffusion d'un communiqué, selon des méthodes permettant d'en assurer la diffusion effective et intégrale, précisant les modalités de mise à disposition de la note d'information en réponse définitive. La note d'information en réponse définitive est mise en ligne sur le site de l'AMF.

■ Document d'information relatif aux caractéristiques de la cible

Les informations relatives aux caractéristiques notamment juridiques, financières et comptables de la société cible ne sont pas intégrées dans la note d'information en réponse mais publiées dans un document d'information séparé, qui ne fait pas l'objet d'un visa de l'AMF. Le document d'information relatif aux caractéristiques de la cible doit être déposé auprès de l'AMF et mis à la disposition du public dans les mêmes conditions que la note d'information en réponse, au plus tard le jour précédant l'ouverture de l'offre. Lorsque la société cible publie un document de référence, ce document d'information consistera pour l'essentiel en une actualisation des informations contenues dans le document de référence.

■ Événement en cours d'offre

En cas de survenance d'un événement en cours d'offre dont elle a connaissance, la société cible apprécie la nécessité ou l'opportunité, selon le cas, de procéder à la diffusion d'un communiqué de presse au regard de l'impact de cet événement sur l'offre et/ou sur le cours de bourse de la cible.

Si la société cible estime qu'une communication au marché est nécessaire ou opportune, le communiqué de presse diffusé par la cible devrait être publié dès la survenance de l'événement et comprendre une description de l'événement ainsi qu'une explication de ses impacts sur le déroulement et/ou l'appréciation de l'offre.

■ Organisation de transactions alternatives (« Chevalier blanc »)

Lorsque la société cible organise des transactions alternatives, la diffusion d'un communiqué de presse est nécessaire dès lors que les termes de la transaction alternative ont été arrêtés entre la cible et le « Chevalier blanc ». Le communiqué de presse doit être transmis par la cible à l'AMF préalablement à sa diffusion.

Le communiqué de presse diffusé par la cible devrait comprendre une description du contenu de l'accord conclu entre la société cible et le « Chevalier blanc » ainsi qu'une explication portant sur l'intérêt que présente l'offre concurrente pour la cible et ses actionnaires par rapport à l'offre initiale.

■ Offre publique concurrente

En cas de dépôt d'une offre publique concurrente, la publication d'un communiqué de presse par la cible est obligatoire en application de la réglementation. Le contenu et les modalités de diffusion de ce communiqué de presse sont fixés par la réglementation.

Lorsque l'offre concurrente est effectuée en conciliation avec la cible, la communication de la société cible peut être effectuée conjointement avec celle de l'initiateur de l'offre concurrente.

Le communiqué de presse diffusé par la cible précise l'avis motivé du conseil d'administration ou du conseil de surveillance sur l'offre concurrente. Cet avis portera sur l'intérêt ou les risques que présente l'offre concurrente ainsi que sur les conséquences de l'offre concurrente pour la société, pour les actionnaires et pour les salariés.

Le communiqué de presse de la société cible doit être publié, selon des modalités permettant d'en assurer la diffusion effective et intégrale, dès la prise de décision de la cible et après avoir été transmis au préalable à l'AMF.

■ Surenchère

En cas de surenchère, la publication d'un communiqué de presse par la cible est obligatoire en application de la réglementation. Le contenu et les modalités de ce communiqué de presse sont fixés par la réglementation.

Le communiqué de presse diffusé par la cible précise l'avis motivé du conseil d'administration ou du conseil de surveillance sur la surenchère.

Cet avis portera sur l'intérêt ou les risques que présente la surenchère ainsi que sur les conséquences de la surenchère pour la société, pour les actionnaires et pour les salariés.

Le communiqué de presse de la société cible doit être publié, selon des modalités permettant d'en assurer la diffusion effective et intégrale, dès la prise de décision de la cible et après avoir été transmis au préalable à l'AMF.

9 | OPÉRATIONS FINANCIÈRES

La réforme de l'appel public à l'épargne opérée par l'ordonnance du 22 janvier 2009 a supprimé la notion d'appel public à l'épargne par les notions d'admission aux négociations sur un marché réglementé et d'offre au public de titres financiers.

Constitue une offre au public de titres financiers :

- la communication adressée à des personnes et présentant une information suffisante sur les conditions de l'offre et sur les titres à offrir, de manière à mettre un investisseur en mesure de décider d'acheter ou de souscrire ces titres financiers ;
- le placement de titres financiers par des intermédiaires financiers.

Un certain nombre de dérogations à ce régime sont prévues aux articles L. 411-2 et suivants du Code monétaire et financier.

De manière générale, une offre au public de titres financiers nécessite la publication d'un document (prospectus) destiné à l'information du public, portant sur le contenu et

117 - Le règlement (UE) 2017/1129 entrera en vigueur le 21 juillet 2019.

118 - Article 8.3 du Règlement (UE), n° 1286/2014, 26 novembre 2014 sur les documents d'informations clés relatifs aux produits d'investissement packagés de détail et fondés sur l'assurance.

119 - Voir page 101, « Émission de titres de capital ou donnant accès au capital sans prospectus ».

120 - Si le législateur français ne s'est pas encore prononcé quant à ce seuil, l'AMF a proposé de relever à huit millions d'euros le seuil d'exigibilité du prospectus (Consultation publique sur la détermination du nouveau seuil national de prospectus et le régime applicable sous ce seuil, 24 janvier 2018).

121 - Ce Règlement délégué complète la Directive 2003/71/CE du Parlement européen et du Conseil (Directive Prospectus) par des normes techniques de réglementation relatives à l'approbation et à la publication du prospectus ainsi qu'à la diffusion de communications à caractère promotionnel, et modifie le Règlement (CE) n° 809/2004 (dit Règlement Prospectus).

les modalités de l'opération qui en fait l'objet, ainsi que sur l'organisation, la situation financière et l'évolution de l'activité de l'émetteur et des garants éventuels des titres financiers qui font l'objet de l'opération. Ce document est rédigé en français ou, dans les cas définis par le Règlement général de l'AMF, dans une autre langue usuelle en matière financière. Il comprend en principe un résumé et doit être accompagné, le cas échéant, d'une traduction du résumé en français.

Le règlement (UE) 2017/1129 du 14 juin 2017¹¹⁷ a pour objectif de rationaliser ce résumé, qui ne devra pas dépasser 7 pages de format A4 et pourra être augmenté de 3 pages supplémentaires pour y substituer de façon identifiée les éléments du DICI (document clé d'information) de la réglementation PRIIPs¹¹⁸. En outre, le résumé ne pourra comporter plus de 15 facteurs de risques, incluant ceux qui sont « spécifiques » à l'émetteur, aux valeurs mobilières et, le cas échéant, au garant et « les plus pertinents » pour une décision éclairée de l'investisseur.

Il convient de préciser que le règlement (UE) 2017/1129 du 14 juin 2017 abrogeant la directive Prospectus met en place également, à compter du 21 juillet 2019, un « document d'enregistrement universel » (*universal registration document – URD*), inspiré du document de référence français, qui permettra au marché de disposer d'une information annuelle complète et aux entreprises de bénéficier d'une procédure accélérée d'approbation (5 jours) lorsqu'elles intègrent ce document dans un prospectus. Ce document, qui pourra être établi par les émetteurs dont les titres sont admis aux négociations sur un marché réglementé ou un système multilatéral de négociation, devra décrire l'organisation de l'émetteur, son activité, sa situation financière, ses résultats et leurs perspectives, la structure de gouvernance et de l'actionariat.

En outre, ce même règlement, dont la majorité des dispositions ne seront applicables qu'à compter de juillet 2019, prévoit l'établissement d'un prospectus simplifié, appelé « prospectus de croissance de l'Union », établi sur la base de versions allégées pour les documents d'enregistrement et les notes d'opérations, et ce sous forme de réponses à un questionnaire standardisé, pour les PME cotées sur les marchés non réglementés (dont les nouveaux « marchés de croissance des PME ») et pour les petites offres de sociétés non cotées.

Par exception, certaines dispositions du règlement (UE) n° 2017/1129 relatives aux **cas de dispense à l'obligation d'établir un prospectus** s'appliquent **depuis le 20 juillet 2017**¹¹⁹. En outre, des dispositions relatives aux **seuils nationaux** en dessous desquels **une offre au public n'est pas soumise à l'établissement d'un prospectus** entreront en vigueur à compter du 21 juillet 2018. Le choix est laissé aux États membres d'un plafond d'un minimum d'1 million d'euros jusqu'à un maximum de 8 millions d'euros¹²⁰.

Depuis l'entrée en vigueur, le 25 mars 2016, du Règlement délégué (UE) 2016/301 de la Commission du 30 novembre 2015¹²¹, les prospectus et les pièces jointes, ou tous les autres documents établis en dispense de prospectus, doivent désormais être déposés sous format électronique. À cet égard, l'AMF a mis à jour **l'instruction DOC-2016-04**

relative à l'information à diffuser en cas d'offre au public ou d'admission aux négociations de titres financiers sur un marché réglementé en vue de permettre **le dépôt électronique des documents de référence et des pièces et mises à jour qui s'y rapportent**.

Ainsi, depuis le 15 janvier 2018, le dépôt se fait sur **un extranet (« ONDE »)** et non plus sur la boîte mail précédemment prévue à cet effet.

AUGMENTATION DE CAPITAL ET AUTRES ÉMISSIONS DE TITRES DONNANT ACCÈS AU CAPITAL

Augmentation de capital par offre au public : prise de décision par les organes sociaux compétents

En amont de la réalisation d'une augmentation de capital par offre au public, lors de l'adoption par les organes sociaux compétents de l'émetteur de la décision d'augmenter son capital social, il peut arriver que l'émetteur procède à une communication immédiate au marché, en fonction de la nature, du montant et/ou du caractère stratégique de l'opération.

Dans cette hypothèse, le communiqué de presse diffusé par l'émetteur indiquera généralement le montant envisagé de l'augmentation de capital, décrira les principales caractéristiques des titres et de l'opération et précisera le calendrier prévisionnel de l'opération.

Augmentation de capital par offre au public : réalisation de l'opération

Lors d'une émission par offre au public, une communication au marché est obligatoire en application de la réglementation. Son contenu et ses modalités sont fixés par la réglementation.

Sous réserves des cas de dispenses (infra), un prospectus soumis au visa de l'AMF doit être établi par l'émetteur. Il ne peut être diffusé avant obtention du visa et doit être diffusé au plus tard à l'ouverture de la souscription.

Le prospectus est mis en ligne sur le site de l'AMF et sur le site de l'émetteur.

L'émetteur doit également publier un résumé du prospectus dans un ou plusieurs journaux de diffusion nationale ou de large diffusion ou alternativement, publier un communiqué qui précise les modalités de mise à disposition du prospectus (*un exemple de communiqué de presse figure en Annexe 9 du Guide relatif au dépôt de l'information réglementée auprès de l'AMF et à sa diffusion*).

En pratique, au-delà de la communication obligatoire au titre de la réglementation, l'émetteur communique également au sujet de l'émission, par l'organisation, de divers événements de communication tels des réunions d'analystes et des *roadshows*.

Par ailleurs, à l'issue de l'augmentation de capital, l'émetteur publie en général un communiqué présentant les résultats définitifs de celle-ci, comprenant notamment le nombre d'actions émises et le montant levé.

Augmentation de capital par offre au public : cas particulier des opérations transfrontalières

En cas d'augmentation de capital par offre au public réalisée sur le territoire de plusieurs États, les obligations d'information, que devra respecter l'émetteur, dépendront de la réglementation applicable dans chacun des pays concernés.

Au plan européen, la Directive Prospectus est cependant venue faciliter la réalisation d'opérations transfrontalières avec offre au public, réalisées sur le territoire de plusieurs États membres de l'Union Européenne ou parties à l'accord sur l'Espace Économique Européen (EEE), en instaurant un mécanisme de reconnaissance mutuelle du visa apposé par l'autorité de régulation compétente sur le prospectus établi par l'émetteur.

Ainsi, le prospectus établi par un émetteur dont le siège social est situé en France pour la réalisation d'une augmentation de capital pourra, une fois visé par l'AMF, être valablement utilisé pour effectuer une offre au public sur le territoire d'autres États membres de l'Union Européenne ou de l'EEE sous réserve de la délivrance préalable par l'AMF, aux autorités de régulation des États concernés, d'un certificat d'approbation attestant que le prospectus a bien été établi conformément aux dispositions de la Directive Prospectus.

Augmentation de capital réservée à un tiers (Private Investment in Public Equity :PIPE)

En cas d'augmentation de capital ou d'émission de titres donnant accès au capital réservée à des tiers, une communication au marché par l'émetteur apparaît nécessaire.

Un communiqué de presse devrait être publié dès la signature de l'accord avec le tiers. Le communiqué de presse devrait indiquer le montant envisagé de l'émission et de la prime d'émission et décrire les principales caractéristiques de l'opération et des titres émis. Il devrait également faire état du nom du bénéficiaire et de la dilution des actionnaires existants résultant de l'opération et expliquer les motifs de l'émission.

Augmentation de capital *via* un programme d'*equity line* ou Programme d'Augmentation de Capital par Exercice d'Options (PACEO)

En cas de montages financiers consistant en des augmentations de capital réalisées en plusieurs fois et étalées dans le temps au profit d'un intermédiaire financier qui ne souscrit les actions émises que dans le but de les céder rapidement sur le marché, l'émetteur doit préalablement informer le marché du fait que l'augmentation de capital qui résultera d'un tel montage a vocation à être, pour l'essentiel, financée *in fine* par le marché. Il doit également établir un prospectus, sauf dérogation.

L'émetteur devra également informer le marché par voie de communiqué de la conclusion du contrat, en précisant ses principales caractéristiques et les objectifs poursuivis au vue de la situation financière de la société, et, le cas échéant, en cas de modification d'une des modalités significatives du contrat en cours de réalisation. Enfin, l'AMF recommande¹²² de publier dans un délai raisonnable après chaque tirage un communiqué afin d'indiquer le montant dudit tirage, le prix d'émission, le nombre de titres émis et la dilution engendrée par l'émission.

Augmentation de capital réservée aux salariés adhérents d'un Plan d'Épargne Entreprise (PEE)

En cas d'augmentation de capital réservée aux salariés, une communication au marché par l'émetteur paraît nécessaire.

Le communiqué de presse devrait être publié à l'issue de l'Assemblée générale décidant de l'augmentation de capital réservée aux salariés.

Le communiqué de presse diffusé par l'émetteur devrait indiquer le montant envisagé de l'émission, la dilution des actionnaires de l'émetteur résultant de l'opération, la décote offerte aux salariés et le pourcentage du capital de l'émetteur détenu par les salariés.

Émission de titres de capital ou donnant accès au capital sans prospectus

Certaines émissions de titres de capital ou donnant accès au capital peuvent être réalisées sans prospectus alors même qu'elles se font par offre au public, par exemple lorsqu'elles concernent des actions émises en substitution d'actions de même catégorie déjà émises, si l'émission de ces nouvelles actions n'entraîne pas d'augmentation du capital de l'émetteur (article 212-4 du Règlement général de l'AMF).

Toutefois, les émetteurs doivent présenter a minima certaines informations à l'occasion des communiqués annonçant ces opérations.

Il s'agit notamment de préciser la nature de l'opération, le type d'offre, son cadre juridique, le montant, les raisons de l'émission, l'utilisation prévue du produit de l'émission et son impact, le nombre de titres émis et le pourcentage de dilution susceptible de résulter de l'émission ainsi que le calendrier prévisionnel de l'opération (position AMF n° 2013-03 – Communication des sociétés lors de l'émission de titres de capital ou donnant accès au capital ne donnant pas lieu à la publication d'un prospectus soumis au visa de l'AMF).

Si l'essentiel des dispositions du règlement (UE) 2017/1129 du 14 juin 2017 abrogeant la Directive Prospectus prendra effet à compter du 21 juillet 2019, certains cas de dispense du prospectus entreront en vigueur avant cette date : ainsi, à compter du 21 juillet 2018, l'obligation d'établir le prospectus sera notamment écartée pour les offres au public de valeurs dont le montant total dans l'Union Européenne sera inférieur à 1 million d'euros.

122 - Position-recommandation n° 2012-18 du 6 décembre 2012, modifiée le 10 février 2016.

En outre, d'autres cas de dispense, relatifs à l'admission de titres sur un marché réglementé, s'appliquent depuis le 20 juillet 2017, notamment :

- l'admission aux négociations de valeurs mobilières représentant, sur une période de douze mois, moins de 20 % (contre 10 % auparavant) du nombre de valeurs de même catégorie déjà admises aux négociations sur le même marché réglementé ; et
- l'admission d'actions résultant de la conversion ou de l'échange d'autres valeurs mobilières ou résultant de l'exercice de droits conférés par d'autres valeurs mobilières si ces actions sont de même catégorie que celles déjà admises aux négociations sur le même marché réglementé, pour autant qu'elles représentent, sur une période de douze mois, moins de 20 % du nombre des actions admises, sous réserve du cas visé ci-dessus¹²³.

La condition tenant à ce que les actions représentent moins de 20 % du nombre d'actions de même catégorie déjà admises aux négociations sur le même marché ne s'applique pas :

- si un prospectus a été établi conformément au règlement ou à la directive Prospectus 2003/71 lors de l'offre publique ou de l'admission aux négociations sur un marché réglementé des valeurs mobilières donnant accès aux actions ; ou
- si les valeurs mobilières donnant accès aux actions ont été émises avant le 20 juillet 2017.

S'agissant de ces cas de dispense, l'AMF rappelle que¹²⁴ :

- ils ne concernent que les prospectus d'admission et ne s'appliquent pas aux prospectus relatifs à des offres au public ;
- ils ne concernent que des titres fongibles avec des titres existants ;
- ils permettent uniquement de faire admettre sur un marché réglementé des titres en dispense de prospectus ;
- ils sont cumulables, sauf si ce cumul est susceptible de conduire à un abus ;
- une société qui émettrait des actions et/ou des titres donnant accès au capital de nature à franchir, directement ou par conversion, la limite de 20 % des actions admises en dispense de prospectus sur douze mois glissants devrait établir un prospectus, y compris si l'admission devait résulter d'une conversion à la main d'un investisseur.

CONTRAT DE FINANCEMENT, DETTE ET TITRISATION

Conclusion d'un nouveau contrat de financement

En principe, la communication relative aux contrats de financement s'effectue dans le cadre de l'information périodique (états financiers et document de référence).

Par exception, lors de la conclusion d'un nouveau contrat de financement, l'émetteur procédera à une communication immédiate au marché, dès la conclusion du contrat, si le nouveau financement est significatif au regard de l'évolution de son endettement

123 - Les modalités de calcul des seuils ont été précisées dans la réponse à la question n° 31 des questions-réponses de l'ESMA relatives à la réglementation du prospectus.

124 - AMF, Dossiers thématiques, Sociétés cotées & opérations financières: Information & opérations financières, « Entrée en application le 20 juillet 2017 de certaines dispositions du règlement Prospectus : l'AMF attire l'attention des sociétés cotées sur un marché réglementé », publié le 19 juillet 2017.

(en particulier en ce qui concerne le montant de cet endettement et sa maturité), de l'évolution du coût de l'endettement pour l'émetteur (en particulier le caractère fixe ou variable du coût de l'endettement et son montant), de l'objectif poursuivi par l'émetteur ainsi que des garanties et des sûretés consenties par lui au profit des banques prêteuses.

En toute hypothèse, une communication immédiate au marché paraît nécessaire si l'endettement de l'émetteur constitue un sujet de préoccupation du marché.

En cas de communication immédiate au marché, le communiqué de presse diffusé par l'émetteur indiquera généralement, au cas par cas, selon l'importance de ces éléments au regard de la situation considérée, les principales caractéristiques du contrat de financement conclu par l'émetteur (montant du contrat de prêt, taux du prêt, échéance du prêt, clauses d'exigibilité anticipée spécifiques dont est assorti le contrat de financement) ainsi que les garanties et les sûretés consenties par l'émetteur au profit des banques prêteuses. Le communiqué de presse pourra parfois également faire état de l'identité des prêteurs, de l'objectif poursuivi par l'émetteur et de l'utilisation des fonds.

Émission de dette obligataire par offre au public : décision de procéder à l'émission

Lorsque les organes sociaux de l'émetteur décident d'émettre de la dette obligataire par offre au public, une communication immédiate au marché est facultative et s'effectue à l'entière discrétion de l'émetteur. Une telle communication, en amont de la réalisation de l'émission, est rare en pratique.

Émission de dette obligataire par offre au public : réalisation de l'émission

Au moment de l'émission de la dette obligataire par offre au public, une communication au marché est obligatoire en application de la réglementation. Son contenu et ses modalités sont fixés par la réglementation.

Un prospectus visé par l'AMF est établi par l'émetteur. Le prospectus ne peut être diffusé avant l'obtention du visa et doit être diffusé au plus tard à l'ouverture de la souscription.

Le prospectus est mis en ligne sur le site Internet de l'AMF et sur celui de l'émetteur. L'émetteur doit également publier un résumé du prospectus dans un ou plusieurs journaux de diffusion nationale ou de large diffusion ou, alternativement, publier un communiqué qui précise les modalités de mise à disposition du prospectus.

Émission de dette obligataire : cas particulier des opérations transfrontalières

En cas d'émission de dette obligataire avec offre au public, réalisée sur le territoire de plusieurs États, les obligations d'information que devra respecter l'émetteur dépendront de la réglementation applicable dans chacun des pays concernés.

Au plan européen, la Directive Prospectus est cependant venue faciliter la réalisation d'opérations transfrontalières avec offre au public, réalisées sur le territoire de

plusieurs États membres de l'Union Européenne ou parties à l'accord sur l'Espace Économique Européen (EEE), en instaurant un mécanisme de reconnaissance mutuelle du visa apposé par l'autorité de régulation compétente sur le prospectus établi par l'émetteur.

Émission de dette obligataire sans offre au public

En principe, la communication relative à l'endettement de l'émetteur s'effectue dans le cadre de l'information périodique (états financiers et document de référence).

Par exception, lors de l'émission de dette obligataire sans offre au public, l'émetteur procédera à une communication immédiate au marché si l'émission obligataire est d'une importance significative au regard notamment de l'évolution de l'endettement de l'émetteur (en particulier en ce qui concerne le montant de cet endettement et sa maturité), de l'évolution du coût de l'endettement pour l'émetteur (en particulier le caractère fixe ou variable du coût de l'endettement et son montant), de l'objectif poursuivi par l'émetteur, des garanties et des sûretés consenties par l'émetteur au profit des banques prêteuses et des caractéristiques particulières des titres émis par l'émetteur.

Dans l'hypothèse où l'émetteur procéderait à une communication immédiate au marché, le communiqué de presse devrait être publié par l'émetteur dès la conclusion d'un accord avec le tiers. Le communiqué de presse indiquera généralement le montant de l'émission et les principales caractéristiques de l'émission et des titres émis (taux, cas d'exigibilité anticipés spécifiques, etc.). *(Un exemple de communiqué de presse figure en Annexe 4 du Guide relatif au dépôt de l'information réglementée auprès de l'AMF et à sa diffusion).*

Non-respect par l'émetteur de covenants bancaires

En cas de non-respect par l'émetteur des ratios financiers et/ou des engagements stipulés dans ses contrats de financement, une communication immédiate au marché paraît nécessaire lorsque l'impossibilité de respecter lesdits engagements et/ou ratios financiers est certaine.

Toutefois, l'émetteur peut différer la communication au marché, sous sa responsabilité, dès lors qu'il existe un intérêt légitime et que l'annonce immédiate de sa défaillance est susceptible de lui être préjudiciable, sous réserve toutefois que les conséquences du non-respect des ratios financiers et/ou des engagements stipulés dans les contrats de l'émetteur ne revêtent pas une importance telle que l'absence de communication soit de nature à induire le marché en erreur sur la situation financière de l'émetteur.

Si l'émetteur estime qu'une communication immédiate au marché est nécessaire, le communiqué de presse diffusé par l'émetteur pourrait indiquer que la société a l'intention de renégocier sa dette.

Notation de l'émetteur : amélioration ou dégradation

En cas de modification de la note d'un émetteur, l'agence de notation ayant procédé à cette modification se charge elle-même de la publicité de cette notation qui ne relève pas de la responsabilité de l'émetteur.

Il est rare en pratique que l'émetteur communique sur une modification de sa notation par les agences de notation. Dans tous les cas, si l'émetteur décide de procéder à une communication au public, il devra veiller à distinguer clairement aux yeux du public les explications données par l'émetteur sur l'évolution de sa notation des motivations exprimées par l'agence de notation pour justifier cette évolution.

Renégociation globale de la dette

En principe, la communication relative à l'endettement de l'émetteur s'effectue dans le cadre de l'information périodique (états financiers et document de référence).

Par exception, en cas de renégociation globale de la dette de l'émetteur, l'émetteur procédera à une communication immédiate au marché si cette renégociation présente un caractère significatif au regard notamment de l'évolution de l'endettement de l'émetteur (en particulier en ce qui concerne le montant de cet endettement et sa maturité), de l'évolution du coût de l'endettement pour l'émetteur (en particulier caractère fixe ou variable du coût de l'endettement et son montant), de l'objectif poursuivi par l'émetteur et des garanties et des sûretés consenties par lui au profit des banques prêteuses.

Si l'émetteur estime qu'une communication au marché est nécessaire ou opportune, le communiqué de presse de l'émetteur devrait être diffusé, soit dès le début de la renégociation si cette renégociation est nécessaire afin d'éviter la cessation des paiements de l'émetteur, soit à l'issue de la renégociation, si la renégociation n'était pas nécessaire pour éviter la cessation des paiements de l'émetteur. Dans ce cas, la communication au marché pourrait toutefois être différée par l'émetteur dès lors qu'une communication immédiate au marché serait susceptible de précipiter la cessation des paiements de l'émetteur ou de faire obstacle à la réussite de la renégociation de la dette, à la condition que l'absence de communication ne soit pas de nature à induire le marché en erreur sur la situation financière de l'émetteur.

Si l'émetteur estime qu'une communication au marché est nécessaire ou opportune, le communiqué de presse diffusé par l'émetteur devrait indiquer le montant de la dette globale de l'émetteur (actuelle et à l'issue de la renégociation) et la maturité de la dette de l'émetteur. Le communiqué de presse diffusé par l'émetteur pourrait également décrire les principales lignes de financement résultant de la nouvelle structure d'endettement et des coûts associés ainsi que les nouvelles garanties et sûretés consenties dans le cadre de la renégociation. Le communiqué de presse diffusé par l'émetteur pourrait enfin préciser l'impact de la renégociation sur ses capitaux propres.

Titrisation par offre au public

Lorsque l'émetteur réalise une opération de titrisation et que les parts du fonds commun de créance auquel les créances de l'émetteur ont été cédées font l'objet d'une offre au public, une communication au marché est obligatoire en application de la réglementation. Son contenu et ses modalités sont fixés par la réglementation.

La diffusion d'une note d'information visée par l'AMF constitue, en effet, un préalable à l'émission des parts du fonds commun de créances par offre au public.

Titrisation sans offre au public

En général, en cas de réalisation d'une opération de titrisation sans offre au public, les émetteurs ne procèdent à une communication au marché que dans l'hypothèse où l'impact de cette titrisation sur la structure du bilan revêt un caractère significatif.

Si tel est le cas, le communiqué de presse sera alors généralement publié dès la décision définitive de procéder à la titrisation et décrira les principales caractéristiques de l'opération de titrisation (véhicule de titrisation, nature et volume des créances cédées, etc.) et du financement obtenu (montant, taux, cas d'exigibilité anticipée spécifiques, etc.).

INTRODUCTION EN BOURSE (IPO)

Une introduction en bourse correspond à la première admission des valeurs mobilières d'une société aux négociations sur un marché réglementé, réalisée conformément aux règles fixées par l'entreprise de marché et approuvées par l'AMF, ou sur un autre marché dès lors qu'il y a offre au public.

Introduction en bourse de l'émetteur : en amont de l'introduction

En amont de l'introduction, une communication au marché est facultative et s'effectue à l'entière discrétion du futur émetteur. Une telle communication est rare en pratique.

En cas de communication, l'émetteur devra veiller à ce que cette communication reste une communication institutionnelle qui ne puisse s'apparenter à une offre au public effectuée préalablement à l'obtention du visa.

Par ailleurs, suite aux travaux de l'AMF relatifs à la mise en place d'un nouveau cadre des introductions en bourse, les analystes financiers des banques introductrices peuvent désormais, par dérogation au principe d'égalité d'information, avoir accès en amont du lancement de l'opération d'IPO à l'information sur l'émetteur dès lors que la confidentialité de ces informations est assurée (dans le respect des dispositions relatives aux procédures dites de « murailles de Chine » prévues par l'article 315-15 du Règlement général de l'AMF)¹²⁵.

Introduction en bourse de l'émetteur : aux différentes étapes de l'introduction

La communication de l'émetteur est obligatoire en application de la réglementation. Le contenu et les modalités de cette communication sont fixés par la réglementation boursière.

La communication de l'émetteur comprend la diffusion d'un document de base et d'une note d'opération - qui comprend un résumé - dont le contenu est fixé par les textes de l'AMF.

Le projet de document de base, qui doit contenir toutes les informations prévues pour l'établissement du prospectus hormis celles relatives aux instruments financiers dont la cotation est demandée, doit être déposé auprès de l'AMF au moins 20 jours de bourse avant la date prévue d'obtention du visa pour l'introduction. Un avis d'enregistrement est notifié à l'émetteur par l'AMF. Cet avis d'enregistrement est rendu public par l'AMF. Le document de base est diffusé dès la notification de l'avis d'enregistrement. L'émetteur peut toutefois différer sa publication s'il est capable d'assurer la confidentialité des informations significatives qu'il contient dans l'intervalle. En toute hypothèse, le document de base est diffusé au plus tard 5 jours de bourse avant la date prévue pour l'obtention du visa.

Le projet de note d'opération et le résumé doivent être déposés au plus tard 5 jours de bourse avant la date prévue pour l'obtention du visa. La note d'opération est diffusable à compter de l'obtention du visa et doit être diffusée au moins 6 jours de bourse avant la clôture de l'opération.

Tout fait nouveau susceptible d'affecter l'évaluation des investisseurs, qui surviendrait après l'enregistrement du document de base, doit être inclus dans la note d'information.

Pendant la période de *black-out* (pratique de marché qui tend à se répandre sous l'influence anglo-saxonne mais ne repose toutefois sur aucune base légale en France, consistant à ce que les membres du syndicat de placement s'obligent à ne pas communiquer à des tiers d'études d'analystes pendant la période qui précède et suit une opération financière lancée par un émetteur), toute communication au marché relative à l'introduction en bourse est interdite, le visa du prospectus (document de base et note d'opération) n'ayant par définition pas encore été délivré par l'AMF.

En pratique, cette période porte généralement sur une période de deux semaines avant l'opération et jusqu'à quarante jours après la fixation du prix de souscription. Elle se distingue de la *quiet period* (voir Partie 3, section 1).

Le document de base et la note d'opération sont mis en ligne sur le site de l'AMF et sur le site de l'émetteur.

L'émetteur doit également publier un résumé dans un ou plusieurs journaux de diffusion nationale ou de large diffusion ou alternativement, publier un communiqué qui précise les modalités de mise à disposition du document de base et de la note d'opération.

En pratique, au-delà de l'information requise au titre de la réglementation, l'émetteur communiquera sur l'opération par l'organisation de réunions analystes et de *roadshows*.

Introduction en bourse d'une filiale ou d'une activité significative de l'émetteur

En cas d'introduction en bourse d'une filiale ou d'une activité significative de l'émetteur, une communication immédiate au marché, en amont de l'introduction en bourse, pourrait être nécessaire s'il existe une rumeur entraînant une perturbation du cours de l'émetteur (voir *supra* « Rumeurs »).

Dans cette hypothèse, l'émetteur pourrait communiquer, en amont de l'introduction, une description de l'opération, une indication de l'intérêt stratégique de cette introduction en bourse pour l'émetteur, la place de cotation choisie ainsi que le nombre de titres qu'il est envisagé de placer sur le marché.

Lors de l'introduction en bourse proprement dite, aux différentes étapes de l'introduction, en application de la réglementation, une communication au marché est obligatoire. Son contenu et ses modalités sont fixés par la réglementation (voir *supra*).

En pratique, au-delà de l'information requise au titre de la réglementation, la communication relative à l'opération s'effectuera par l'organisation de réunions d'analystes et de *roadshows*.

Pratiques de Communication Financière

Au-delà des contraintes réglementaires détaillées dans les chapitres précédents, la politique de communication financière d'une société cotée reflète la volonté des dirigeants de l'entreprise de communiquer régulièrement, en toute transparence, avec professionnalisme et réactivité, avec les différents acteurs des marchés financiers. Pour ce faire, la Direction générale s'appuie le plus souvent sur l'*Investor Relations*, responsable des Relations Investisseurs, qui va s'adresser au nom de l'entreprise à la communauté financière – principalement analystes financiers (actions, crédit, ISR), gérants de portefeuille, investisseurs institutionnels et individuels, régulateurs – et mettre en place une politique de communication financière ciblée, dans le respect des principes d'égalité et d'homogénéité de traitement de l'information.

Sa mission consiste à créer une relation de confiance avec le marché, en étant une source d'information fiable et pertinente pour faciliter la prise de décision des investisseurs comme du management. Dans un contexte d'exigence accrue, tant sur le plan réglementaire que de la part des marchés, le rôle de l'*Investor Relations* est central dans la mise en œuvre des objectifs de l'entreprise en matière de communication financière :

- faire en sorte, dans ses relations avec l'extérieur, que le marché valorise au mieux l'entreprise dans la durée, en expliquant sa stratégie, son *business model* et son écosystème ;

- apporter de la valeur ajoutée en interne, en retraitant les informations obtenues dans le marché pour qu'elles soient utiles au management ;
- diffuser en interne la culture « *Investor Relations* », particulièrement sur la gestion de l'information privilégiée.

Ce volet du Guide « Cadre et pratiques de Communication Financière » traite de la gestion de la communication financière au travers de ses pratiques. Le point de départ est l'établissement d'un calendrier pour l'information périodique, fondé sur les contraintes légales. Au-delà du cadre réglementaire, chaque société cotée entreprend une véritable démarche marketing, qui consiste à cibler les interlocuteurs les plus en adéquation avec la stratégie du management, et elle se dote des outils qui permettront d'optimiser sa valorisation. Le dernier chapitre abordera la remontée d'informations vers le management, qu'il s'agisse de la perception de la société, d'informations relatives aux marchés financiers ou à son univers concurrentiel.

1 | Calendrier et organisation 118

| | |
|--|-----|
| Calendrier de la communication financière | 118 |
| Coordination des contenus et des messages | 119 |
| Validation des informations dans l'entreprise | 120 |
| Sécurisation des données et des informations à publier | 121 |
| Confidentialité des données | 121 |

2 | Marketing financier et ciblage 126

| | |
|--|-----|
| Identification de l'actionnariat | 127 |
| Cibles de l' <i>Investor Relations</i> | 128 |

3 | Mise en œuvre de la communication financière 132

| | |
|--|-----|
| Implication des dirigeants | 132 |
| Relations avec les analystes financiers et les investisseurs | 133 |
| Relations avec les actionnaires individuels | 139 |
| Assemblée générale annuelle | 141 |
| Communication financière et numérique | 144 |

4 | Remontée de la perception du marché auprès du *management* 148

| | |
|---|-----|
| Diffusion d'études d'analystes | 148 |
| Suivi du consensus | 148 |
| <i>Feedbacks</i> et enquêtes de perception | 149 |
| Veille concurrentielle boursière | 149 |
| Activité sur le marché du titre | 150 |
| Information au conseil d'administration ou au conseil de surveillance | 150 |

1 | CALENDRIER ET ORGANISATION

CALENDRIER DE LA COMMUNICATION FINANCIÈRE

Le calendrier de la communication financière est déterminé par les obligations légales de publication (voir Partie 2, Section 1) et par les capacités des systèmes d'informations des entreprises à fournir dans un délai donné une information chiffrée exacte, précise et sincère.

Les premières années de cette dernière décennie ont été marquées par l'accélération de la sortie des résultats annuels et semestriels avec, comme corollaire, une concentration des publications sur des périodes de plus en plus restreintes, intervenant en général avant la fin du mois qui suit la fin du trimestre ou du semestre. De nombreuses sociétés ont un processus de consolidation qui ne leur permet pas encore de publier aussi rapidement.

Depuis le 1^{er} janvier 2015, les obligations légales de publication des sociétés cotées ont été allégées à la suite de la transposition en droit français de la Directive Transparence révisée en 2013. Ainsi d'une part, l'obligation de publier une information financière trimestrielle au plus tard 45 jours après la fin des premier et troisième trimestres est supprimée, et d'autre part, le délai légal pour la publication des résultats semestriels est porté à 3 mois après la clôture du premier semestre.

Au-delà des obligations légales, l'AMF a formulé des recommandations liées à la publication d'une information financière trimestrielle et à la publication du chiffre d'affaires annuel¹²⁶.

Exemple de calendrier de communication financière pour un exercice clos le 31 décembre

| Information | Date limite |
|--|--------------|
| Chiffre d'affaires du 4 ^e trimestre (facultatif) et de l'exercice N-1 | fin février |
| Résultats de l'exercice | 30 avril |
| Information financière trimestrielle (1 ^{er} trimestre) (facultatif) | 15 mai |
| Assemblée générale annuelle | 30 juin |
| Chiffre d'affaires du 2 ^e trimestre et du 1 ^{er} semestre (facultatif) | 15 août |
| Résultats du 1 ^{er} semestre | 30 septembre |
| Information financière trimestrielle (3 ^e trimestre) (facultatif) | 15 novembre |

Ce calendrier sera adapté en fonction d'autres facteurs, incluant notamment :

- l'agenda du management, des acteurs des marchés financiers ainsi que les dates de publication des autres émetteurs, principalement du même secteur ;
- d'autres contraintes de calendrier et horaires (ouverture de marchés, heures de bouclage de la presse, jours fériés dans un pays étranger, etc.) ;
- la simultanéité avec d'autres événements organisés par l'entreprise ou bien auxquels elle participe (salons professionnels, conventions, etc.) ;

- des considérations de type « logistique », telles que la disponibilité de prestataires ou de salles de réunion.

Dans le cas particulier de sociétés disposant de filiales cotées, il est important de veiller à l'articulation des calendriers de communication financière ; chaque cas pouvant être spécifique (en fonction du contrôle de la filiale, de sa capitalisation boursière, du flottant et de son poids dans le résultat global), il serait souhaitable soit de publier de manière simultanée, soit que la filiale cotée communique après la société mère. Si ce n'est pas possible, notamment dans le cas de participation minoritaire, il est souhaitable de respecter au minimum une coordination des communications.

À ce calendrier périodique, il pourra convenir d'ajouter un calendrier spécifique, en particulier dans le cadre d'une opération financière. Ce dernier sera publié de manière à informer des étapes de l'opération : engagements juridiques, autorisation du conseil, information auprès des Instances Représentatives du Personnel, etc.

Il est recommandé de déterminer à l'avance et de rendre public le calendrier de communication financière sur le site Internet de la société. En pratique, on observe que de plus en plus d'émetteurs mentionnent l'intégralité de l'agenda des publications périodiques d'une année entière quelques mois à l'avance.

COORDINATION DES CONTENUS ET DES MESSAGES

Pour respecter les contraintes réglementaires en matière d'information financière et optimiser la perception de l'entreprise, la communication financière doit s'assurer en permanence de la cohérence des messages avec la communication institutionnelle (notamment les relations presse et la communication interne) mais également avec d'autres interlocuteurs internes, qu'ils soient en charge de la responsabilité sociale, sociétale et environnementale, des ressources humaines voire même du marketing produits. L'émergence des réseaux sociaux a accentué la vitesse de circulation de tout type d'information – qui touche en particulier à la réputation de la société ou de la marque – et renforce le besoin de coordination des différentes formes de communication. Enfin, il est souhaitable que les supports de communication financière soient établis en étroite collaboration avec la direction juridique et le cas échéant, le secrétariat général.

D'une manière générale, l'*Investor Relations* doit être informé de tout événement concernant le groupe, voire y participe dans la mesure du possible ; en effet l'information divulguée lors de ces événements peut être susceptible d'influer sur le cours de l'action : voyage ou conférence de presse, participation à des conférences sectorielles ou salons professionnels, risque de crise concernant l'entreprise, son secteur ou un pays dans lequel elle est implantée, etc.

En pratique, pour faciliter les échanges, l'*Investor Relations* doit sensibiliser l'ensemble de ses interlocuteurs sur le sens de sa mission et sur la réglementation, ce qui nécessite une organisation interne via des process établis et connus des directions fonctionnelles et opérationnelles.

Relations Presse

Bien que la communication avec les médias soit, en général, sous la responsabilité de la Direction de la communication, il arrive que des journalistes de la presse économique, financière ou patrimoniale, prennent l'initiative de contacter directement l'*Investor Relations*, notamment dans le cadre d'opérations financières. Si les règles fixées par l'entreprise permettent une telle relation (dans certaines organisations la communication financière n'est pas en relation avec les médias), il est toutefois essentiel d'observer les règles de conduite suivantes :

- le responsable des relations presse doit être informé, avoir donné son accord et, dans la mesure du possible, participer à l'entretien ;
- l'*Investor Relations* doit faire preuve de pédagogie et éviter un langage trop technique ; il doit être à même d'appréhender le positionnement du journal ou magazine concerné, être conscient des impératifs de bouclage des journalistes et du fait que la réactivité constitue un facteur clé vis-à-vis des médias ;
- l'*Investor Relations* peut demander à valider ses citations avant parution de l'article.

Communication interne

Il est recommandé que la communication interne relaie, dans l'entreprise, les messages publiés en externe par la communication financière, en veillant à les adapter à un public très large, ceci avec l'aval de l'*Investor Relations*.

Instances Représentatives du Personnel

La loi oblige l'émetteur, qui dispose d'un Comité d'entreprise ou d'un Comité de groupe, à informer ces derniers de l'activité et de la situation de l'entreprise selon une périodicité annuelle ou trimestrielle. Cette information peut aller au-delà de l'information réglementée relative aux résultats. Ce Comité étant informé et consulté sur les modifications de l'organisation économique ou juridique de l'entreprise, notamment préalablement à certaines opérations telles que des acquisitions ou cessions de filiales ou d'actifs, il convient de sensibiliser ses membres aux risques encourus en cas de divulgation d'informations sensibles non publiques.

VALIDATION DES INFORMATIONS DANS L'ENTREPRISE

L'existence d'un Comité de validation des informations avant publication, composé généralement de représentants de la Direction générale, de la Direction financière, de la Direction juridique, de la Direction de la communication (relations presse) et de l'*Investor Relations*, permet de valider l'information à publier et d'assurer sa cohérence. De plus, afin de répondre aux exigences du Règlement Abus de marché (voir Partie 1 - Section 5

« Obligation de communiquer au marché les informations privilégiées »), un comité spécialisé peut être composé des mêmes représentants, chargés d'identifier les informations privilégiées et de décider de leur publication immédiate ou différée ; dans ce second cas, ce comité devra s'assurer du respect des trois conditions requises pour le différé et du suivi des obligations afférentes (listes d'initiés et informations relatives au délai de publication).

SÉCURISATION DES DONNÉES ET DES INFORMATIONS À PUBLIER

Il est essentiel pour la Direction générale de l'entreprise, de s'assurer de la protection des données financières au moment de leur remontée pour consolidation et avant leur diffusion l'externe, dans le cadre de l'information périodique ou permanente, ainsi que de toute information privilégiée. À cet égard, un audit régulier des processus de remontée, de validation et de contrôle des chiffres s'avère indispensable.

CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES

Charte de Communication Financière (*Corporate Disclosure Policy*)

Une bonne maîtrise de la politique de communication financière élaborée par les dirigeants suppose que celle-ci obéisse à des procédures internes, qu'il est souhaitable de formaliser aussi précisément que possible afin de s'assurer de leur compréhension et de leur respect par les différentes personnes susceptibles d'être en contact avec des analystes, des représentants de la presse ou des investisseurs.

Le processus de coordination et de validation des informations dans l'entreprise devrait être formalisé. Pour ce faire, l'*Investor Relations* propose et fait valider, auprès du Comité exécutif ou du Comité de direction, une Charte de Communication Financière ou *Corporate Disclosure Policy*.

Ce document a pour objectif de fixer le cadre dans lequel devra s'inscrire la communication financière devra impérativement mentionner :

- les noms et coordonnées des porte-paroles de l'entreprise ;
- la conduite à tenir par les responsables opérationnels et les salariés en général, en interne comme en externe, et notamment via l'utilisation des réseaux sociaux ;
- les modalités de publication de l'information (périodes de *reporting*, *quiet periods*...) ;
- le processus de validation des informations quant à la décision ou non de communiquer, la détermination du contenu, la vérification de l'exactitude des faits, le timing de publication.

Code de déontologie boursière

L'AMF recommande aux émetteurs d'une part de formaliser dans un document écrit, sous la forme de procédures ou d'un code de déontologie, les mesures prises et les

obligations qui incombent aux personnes, dirigeants ou non, qui peuvent avoir accès à des informations privilégiées et d'autre part de distinguer, s'agissant des dirigeants, les mesures « permanentes » qui peuvent figurer dans le règlement intérieur (ou la charte) du conseil d'administration, du directoire ou du conseil de surveillance, dans un chapitre spécifique traitant de la prévention des opérations d'initiés, des mesures ponctuelles liées à une opération financière qui prennent la forme d'une procédure de prévention spécifique¹²⁷.

Ce code devrait rappeler la définition de l'information privilégiée, décrire les mesures mises en place par la société, et informer sur les dispositions légales et réglementaires en vigueur ainsi que les sanctions encourues. À ce titre, les sociétés doivent mettre en œuvre des procédures internes adéquates lui permettant de justifier, ultérieurement auprès de l'AMF, que les trois conditions requises par le Règlement Abus de marché pour pouvoir différer la publication de l'information privilégiée étaient bien remplies.

Une évaluation de l'application et l'efficacité du Code de déontologie devrait être réalisée par la société, qui procèdera à son actualisation régulière.

En pratique la Charte de Communication Financière et le Code de déontologie boursière peuvent être distincts ou regroupés en un document unique.

Quiet period et période d' « embargo »

La *quiet period* est une pratique d'origine américaine, notamment encadrée par la SEC, consistant à instaurer des périodes de temps pendant lesquelles la communication d'un émetteur et/ou la diffusion d'informations portant sur cet émetteur sont limitées. Cette *quiet period* ne fait pas l'objet d'une définition officielle et recouvre principalement deux cas de figure :

- la *quiet period* peut désigner la période précédent et/ou suivant la réalisation d'une opération sur les titres d'un émetteur (et notamment les premières semaines d'une introduction en bourse) pendant lesquelles les prestataires ayant participé ou s'appêtant à participer à l'opération concernée (et notamment les membres d'un syndicat de placement) s'abstiennent de publier et/ou diffuser des analyses sur la société objet de l'opération. La *quiet period*, également qualifiée en ces circonstances de *black-out period* (voir Partie 2, Section 9) vise alors à prévenir les potentiels conflits d'intérêts ;
- la *quiet period* peut également désigner la période pendant laquelle un émetteur s'abstient de communiquer en amont de la publication de ses résultats. La *quiet period* vise alors davantage à prévenir toute fuite d'information privilégiée qui violerait les principes de la réglementation *Fair Disclosure (Regulation FD)* instaurée par la SEC.

Il n'existe pas de position officielle de l'AMF sur de telles *quiet periods* imposées aux analystes le temps du déroulement d'opérations sur les titres d'un émetteur, sans préjudice des règles existantes relatives à la gestion des conflits d'intérêts en matière

d'analyse financière (articles 313-20 et suivants du Règlement général de l'AMF notamment) et de recommandation d'investissement (article 20 du Règlement Abus de Marché).

En revanche, l'AMF a émis une recommandation particulière sur l'instauration de périodes dites d'*embargo* (appelées ici *quiet period* - voir notion d'embargo ci-après) en amont de l'annonce des résultats annuels, semestriels et, le cas échéant, des résultats ou informations trimestriels, au point 1.6.1 de son *Guide de l'information permanente et de la gestion de l'information privilégiée*¹²⁸. Au cours de cette période, les entreprises s'abstiennent de contacts avec les analystes et les investisseurs et en particulier se refusent à donner aux analystes financiers et aux investisseurs des informations nouvelles sur la marche de leurs affaires et leurs résultats pour ne pas prendre le risque de divulguer une information privilégiée. Les principaux responsables de l'entreprise, y compris opérationnels, susceptibles d'être sollicités doivent être sensibilisés à cet impératif.

Cela vaut également pour les entretiens que les dirigeants pourraient accorder aux médias. Il est recommandé aux entreprises d'adapter cette pratique à leurs spécificités : cette période pouvant aller de 2 semaines à 1 mois avant la publication de leurs résultats ou chiffre d'affaires. Les sociétés doivent définir et informer le marché de la période maximale couvrant l'ensemble du processus de centralisation et de compilation de l'information financière, afin de ne pas interrompre exagérément le nécessaire dialogue avec les analystes et investisseurs. Il est utile que ces périodes soient mentionnées sur le site Internet.

Ces pratiques ne dispensent cependant pas l'émetteur de communiquer au marché des informations ponctuelles sur tout fait important survenu pendant cette période et susceptible d'avoir une influence sensible sur le cours dans le cadre de l'information permanente (Partie 1, « Définition de l'information permanente »).

Il convient de ne pas confondre la notion juridique d'embargo telle que définie par l'AMF avec la période d'« embargo » que les praticiens associent à la période de quelques heures au début de laquelle un communiqué a été remis à des journalistes afin qu'ils puissent analyser l'information avant que le communiqué en question ne soit diffusé pour leur permettre de rendre public leur travail très rapidement après sa diffusion.

Fenêtres négatives (ou « périodes d'arrêt »)

Le Règlement Abus de marché (art. 19.11) prévoit l'interdiction pour toute personne exerçant des responsabilités dirigeantes auprès d'un émetteur de réaliser des transactions se rapportant aux actions ou à des titres de créance de l'émetteur pendant une période d'arrêt de 30 jours calendaires minimum avant la publication des communiqués d'annonce des résultats annuels et semestriels ;

L'AMF recommande aussi, dans sa position-recommandation sur l'information permanente et la gestion de l'information privilégiée¹²⁹, d'instaurer des fenêtres négatives de 15 jours calendaires minimum avant la publication d'une information financière trimestrielle ou intermédiaire (voire des comptes trimestriels ou intermédiaires).

128 - Position-recommandation AMF n° 2016-08

129 - Position-recommandation AMF n° 2016-08 - Guide de l'information permanente et de la gestion de l'information privilégiée.

Sont visés par cette interdiction :

- tous les dirigeants (membres du conseil d'administration, directeur général, directeur général délégué, membres du conseil de surveillance, membres du directoire) ;
- et tous les responsables de haut niveau, c'est-à-dire les personnes qui disposent d'un accès régulier à des informations privilégiées concernant directement ou indirectement l'entreprise et du pouvoir de prendre des décisions de gestion concernant l'évolution future et la stratégie d'entreprise.

Par ailleurs l'AMF recommande d'étendre l'application des fenêtres négatives à toutes les personnes qui ont accès de manière régulière ou occasionnelle à des informations privilégiées.

En pratique, le calendrier des fenêtres négatives est officialisé par un document écrit (lettre ou courrier électronique) diffusé aux initiés permanents et aux administrateurs, qui doit être retourné signé.

Dans le cas où la société détient des participations dans d'autres titres cotés, il est également recommandé aux dirigeants ainsi qu'à toute personne ayant accès de manière régulière ou occasionnelle à des informations privilégiées, de s'abstenir de vendre ou d'acheter les actions des participations / filiales.

Un émetteur peut toutefois autoriser un dirigeant à effectuer des cessions immédiates de ses titres de la société pendant une fenêtre négative en cas de circonstances exceptionnelles sur demande écrite et motivée exposant les circonstances exceptionnelles nécessitant la vente immédiate des actions et démontrant que la cession envisagée est la seule alternative raisonnable pour obtenir le financement nécessaire¹³¹. L'AMF recommande aux émetteurs de prévoir une procédure écrite décrivant les modalités de mise en œuvre de cette autorisation exceptionnelle, et de préciser, notamment, (i) l'identité de la personne à qui la demande d'autorisation doit être adressée, (ii) la forme de cette demande, ainsi que (iii) la forme et les délais de la réponse de l'émetteur. Cette procédure ne s'applique que pendant les fenêtres négatives prévues par le Règlement Abus de marché.

Certaines transactions sont toutefois susceptibles d'être autorisées pendant les fenêtres négatives, telles que l'octroi d'instruments financiers en vertu d'un plan salarial à une personne exerçant des responsabilités de dirigeant, l'acquisition par cette même personne d'instruments financiers dans le cadre d'un plan d'épargne du personnel ou encore l'accomplissement de formalités ou l'exercice de droits attachés aux actions pour autant que l'accomplissement de ces formalités ou cet exercice pendant la période d'arrêt soient suffisamment justifiés¹³⁰. L'article 9 du règlement délégué (UE) 2016/522 du 10 mars 2016 en dresse une liste non exhaustive.

Listes d'initiés

Une liste d'initiés liste toutes les personnes qui ont accès aux informations privilégiées et qui travaillent pour l'émetteur en vertu d'un contrat de travail ou exécutent d'une

130 - Voir Règlement délégué UE n° 2016/522 du 17 décembre 2015.

131 - Règlement Abus de marché, article 18.1.

autre manière des tâches leur donnant accès à des informations privilégiées, comme les conseillers, les comptables, les traducteurs ou les agences de notation¹³¹.

La liste doit impérativement être tenue sous format électronique et conservée 5 ans à compter de son établissement ou de sa mise à jour. Elle doit être communiquée à l'AMF dès que possible sur demande de celle-ci. La transmission se fait par courriel *via* un outil sécurisé d'échange.

Les personnes tenues d'établir une telle liste sont :

- les émetteurs dont l'admission à la négociation des instruments financiers a été sollicitée ou approuvée sur un marché réglementé dans un État membre ;
- les émetteurs dont l'admission à la négociation des instruments financiers a été sollicitée ou approuvée sur un système multilatéral de négociation dans un État membre s'il s'agit d'un instrument négocié exclusivement sur un système multilatéral de négociation ;
- les émetteurs dont l'admission à la négociation des instruments financiers a été approuvée sur un système organisé de négociation dans un État membre s'il s'agit d'un instrument négocié exclusivement sur un système organisé de négociation ; et
- toute personne agissant au nom ou pour le compte de ces émetteurs.

L'article 18 du Règlement Abus de marché et du règlement d'exécution (UE) 2016/347 du 10 mars 2016 ont apporté des modifications importantes au régime des listes d'initiés et ont notamment allongé la liste des mentions devant figurer dans ces listes ; outre l'identité de la personne, du motif de son inscription sur la liste et des dates de création et d'actualisation de la liste, celle-ci doit désormais indiquer :

- la date et l'heure auxquelles les personnes en question ont eu accès et ont cessé d'avoir accès aux informations privilégiées ;
- le nom, prénom et nom de naissance de l'initié, s'il est différent de son nom ;
- la date de naissance de l'initié ;
- le numéro d'identification national, le cas échéant, de l'initié (ce point n'est pas applicable en France) ;
- l'adresse personnelle de l'initié ;
- le nom et l'adresse de la société dont il est salarié ;
- le numéro de téléphone professionnel de l'initié (ligne directe fixe et mobile) ;
- le(s) numéro(s) de téléphone fixe et mobile privé(s) de l'initié ;
- la fonction de l'initié et la raison pour laquelle la personne est initiée ; et
- la date de transmission de la liste à l'AMF.

La liste d'initiés se divisera en autant de sections distinctes qu'il y a d'informations privilégiées. Il est possible d'y insérer une section spécifique séparée intitulée « section des initiés permanents » listant les personnes ayant un accès permanent à l'ensemble des informations privilégiées que possède l'émetteur : les personnes figurant sur cette section ne sont pas incluses dans les autres sections de la liste d'initiés.

L'annexe I du règlement d'exécution (UE) 2016/437 du 10 mars 2017 établit les formats types que les listes d'initiés doivent désormais respecter.

Les personnes inscrites sur la liste doivent reconnaître par écrit avoir été informées des obligations légales et réglementaires, ainsi que des sanctions applicables, résultant de leur inscription sur la liste.

2 | MARKETING FINANCIER ET CIBLAGE

Le rôle de l'*Investor Relations* ne se limite pas à diffuser, à intervalles réguliers et conformément à la réglementation, une information chiffrée. Il doit également s'efforcer d'identifier, le plus finement possible, son actionnariat puis, par une bonne compréhension du fonctionnement des marchés financiers et sa propre connaissance des différents acteurs, être en mesure de suggérer quels seraient les investisseurs les plus en adéquation avec la stratégie de l'entreprise – toute modification de cette stratégie entraînant, bien entendu, la réorientation du ciblage de ceux-ci. Cette démarche doit s'inscrire dans le cadre d'une stratégie marketing proactive, qui intègre également les sollicitations de la part des investisseurs et qui vise généralement :

- à diversifier leur profil chez l'émetteur, qu'il s'agisse du montant de capitaux qu'ils gèrent, de leur stratégie de gestion ou de leur origine géographique ;
- à équilibrer la part des actionnaires stables et ceux dont l'horizon d'investissement est à plus court terme, ce qui contribue à la liquidité de l'action ;
- à accompagner les développements stratégiques (cession ou acquisition de branches, diversifications, montée en puissance d'une activité pouvant influencer sur la valorisation de l'entreprise, etc.) pour adapter le profil d'investisseur souhaité ;
- à anticiper des modifications d'actionnariat qui pourraient affecter l'évolution de l'entreprise. Ceci étant, le déploiement d'une véritable stratégie marketing est intrinsèquement lié à la taille de l'émetteur et à l'importance de son flottant ;
- en interne, ces deux éléments conditionnent souvent les ressources allouées à l'*Investor Relations* (taille de l'équipe, budget, etc.) ainsi que la disponibilité du management pour rencontrer la communauté financière (fréquence des rencontres, niveau des interlocuteurs, etc.) ;
- en externe, ces facteurs influenceront largement la couverture du titre par les analystes, c'est-à-dire le nombre de bureaux de recherche et sociétés de bourse suivant la valeur, voire la qualité de ce suivi. En effet, certaines valeurs dont la capitalisation est jugée trop faible sont suivies par des analystes généralistes et non spécialistes du secteur. Par ailleurs, plus une entreprise est petite, plus les investisseurs souhaitent rencontrer directement ses dirigeants. Enfin, les petites entreprises sont moins susceptibles d'attirer l'intérêt d'investisseurs étrangers, qui se limitent souvent à un suivi des grandes valeurs présentes dans les indices phares, à l'exception des entreprises leaders de leur marché ou présentes sur des niches suscitant un intérêt particulier, telles que les nouvelles technologies.

IDENTIFICATION DE L'ACTIONNARIAT

L'identification des actionnaires sera plus ou moins facile selon que les titres sont principalement inscrits au nominatif (c'est-à-dire dont les détenteurs sont connus de l'émetteur) ou au porteur (les détenteurs sont connus de leur établissement bancaire seulement). Dans le premier cas, le registre des titres au nominatif fournit une information détaillée, exhaustive et actualisée. Dans le cadre du « nominatif pur », la totalité du service titres est pris en charge par l'entreprise. Le « nominatif administré » signifie que la gestion du compte titres de la société est confiée à un intermédiaire financier. Dans le second cas qui s'avère majoritaire, l'identification de ses actionnaires de façon plus exhaustive n'est pas aisée. L'émetteur dispose néanmoins de plusieurs sources d'information :

- marchandes : elles peuvent être basées sur l'étude des TPI (Titres au Porteur Identifiable) commandée par l'émetteur à Euroclear, organisme centralisateur, à une date d'arrêt définie, et qui peut être exhaustive ou limitée par des seuils de nombre de titres détenus par les détenteurs finaux ou par les intermédiaires financiers interrogés. Parmi d'autres sources d'information possibles, des prestataires de services peuvent améliorer la connaissance de l'actionariat à partir d'informations publiques et /ou d'enquêtes spécifiques conduites auprès d'investisseurs institutionnels (*Shareholder identification*) ;
- réglementaires et statutaires : la loi offre aux sociétés différentes possibilités d'identifier leurs actionnaires telles que les déclarations de franchissements de seuils légaux et statutaires à la hausse comme à la baisse, en plus de l'inscription des titres sous forme nominative mentionnée plus haut ;
- empiriques : il s'agit de tirer parti de toutes les occasions de mieux connaître ses actionnaires – *feedback* après les *roadshows*, analyse des pouvoirs collectés à l'Assemblée générale, information reçue en direct des investisseurs à l'occasion d'un rendez-vous individuel, par exemple.

Afin de cerner au plus près la composition et l'évolution de son flottant (la fraction du capital d'une société détenue par le public), la société cotée combinera ces différents outils pour préciser régulièrement les contours et l'évolution de son actionariat. Toutefois, la multiplication des plates-formes de *trading* qui ne sont pas tenues, légalement, de fournir les mêmes informations que les plates-formes réglementées ainsi que le formidable essor du *High Frequency Trading*, ne facilitent pas l'identification des actionnaires. L'information ainsi obtenue n'est jamais exacte mais donne la vision la plus détaillée possible de l'actionariat à un moment donné.

La fréquence de ces analyses dépendra de la situation de chaque émetteur : par exemple un flottant large et une forte volatilité du titre militeront pour plusieurs identifications au cours de l'année.

La directive européenne 2017/828 du 17 mai 2017 sur les droits des actionnaires affirme le droit pour toute société cotée de connaître ses actionnaires. Les dispositions de la directive doivent être complétées par des actes d'exécution pour notamment préciser le format de la demande de l'émetteur et des informations à lui transmettre, ainsi que les délais à respecter. La Commission européenne a ouvert le 11 avril 2018 une consultation publique sur un projet de mesures d'exécution qu'elle compte

adopter, sous réserve de l'avis favorable du Comité Européen des Titres qui représente les États membres.

CIBLES DE L'INVESTOR RELATIONS

Sell-side : analystes et forces de vente

Les analystes financiers *sell-side* travaillent au sein des sociétés de bourse, qui appartiennent la plupart du temps aux réseaux bancaires et diffusent leurs études auprès de leurs clients investisseurs institutionnels. Le suivi ou non d'une valeur dépend de plusieurs critères : taille de l'équipe d'analystes, stratégie du bureau de recherche notamment en matière de couverture sectorielle et, le plus souvent, capitalisation boursière de la société cotée et sa liquidité.

Ces analyses sont assorties d'une valorisation de l'émetteur concerné qui aboutissent à des prévisions de résultats, d'objectifs de cours cible et de recommandations d'achat, de vente ou de conservation des titres. Ces rapports constituent un support marketing sur la base duquel les forces de ventes des sociétés de bourse proposent à leurs clients investisseurs institutionnels des stratégies d'investissement. Ces stratégies reprennent, en les résumant, les différentes propositions de l'analyste. Il est utile pour l'émetteur de maintenir le contact avec ces forces de vente, dont la force de conviction auprès de l'investisseur final impacte la valorisation du titre.

L'*Investor Relations* est le point de contact de l'analyste financier dans la société. Il doit s'assurer que celui-ci comprend bien et intègre les fondamentaux de l'industrie, l'environnement concurrentiel, la stratégie, les perspectives et les risques de la société ; il lui signale le cas échéant ses erreurs factuelles, tout en respectant scrupuleusement l'indépendance de son opinion.

Buy-side : analystes et gérants

Les analystes *buy-side* travaillent pour le compte d'un investisseur institutionnel. Un investisseur institutionnel (banques, compagnies d'assurance, caisses de retraite...) a vocation à gérer des actifs financiers. Il investit les fonds collectés auprès de ses clients (particuliers, assurés, fonds de pension...) en instruments financiers (principalement actions et obligations), en immobilier et en matières premières, etc. La gestion de cette épargne peut être collective (SICAV, Fonds Commun de Placement...).

Les recommandations des analystes *buy-side* sont exclusivement destinées aux gérants de portefeuille de leur établissement. Leurs processus d'analyses ne sont guère différents de ceux des analystes *sell-side*, dont ils utilisent les travaux dans leur évaluation d'une société cotée. Les rencontres avec le management des émetteurs constituent pour eux une étape importante et sont souvent indispensables dans la prise de décision d'investissement. Dans certaines institutions, l'analyste financier cumule cette fonction avec celle de gestionnaire de portefeuille.

Les investisseurs peuvent être classés dans plusieurs catégories en fonction de leur style de gestion : croissance, valeur, croissance à un prix raisonnable (« *Growth At Reasonable Price ou GARP* »), *momentum*, indice, hedge, ISR (Investissement Socialement Responsable). Il convient de remarquer que cette typologie s'applique à chacun des fonds qui peuvent cohabiter au sein d'une institution financière.

Le temps consacré par le management à rencontrer les *buy-side* dépend du profil de ces investisseurs : taille, intérêt pour la société, horizon de temps, etc. Il est important de rencontrer directement des gérants décisionnaires avec lesquels le dialogue porte sur la stratégie de l'entreprise.

Fonds « activistes »

Une attention toute particulière doit être portée à ces fonds dont la démarche consiste à faire pression sur les entreprises dans lesquelles ils investissent, en vue de leur imposer une nouvelle stratégie plus à même, selon eux, de créer de la valeur. L'*Investor Relations* doit identifier tout mouvement boursier laissant penser qu'un activiste est en train d'acquérir des participations ou tout autre signal de leur activité sur les marchés. Il doit en alerter le *management* qui décidera de l'opportunité de les rencontrer, dans une optique d'écoute et d'échange.

Fonds « passifs »

Les fonds passifs, plus connus sous le nom de fonds indiciels, tentent de répliquer la performance moyenne du marché. Ils sont moins exigeants en termes de rencontres avec le management puisque leur politique d'allocation de fonds n'est pas véritablement axée sur la stratégie de l'entreprise mais plutôt sur une vision macro-économique, avec une approche « *top down* ».

ISR : analystes et agences de notation

Au-delà de critères de performances strictement financières, les analystes ISR (Investissement Socialement Responsable) incluent dans leur recherche des considérations éthiques, sociales ou environnementales et centrent leur analyse sur des questions telles que la gouvernance, la gestion des ressources humaines, la protection de l'environnement ou le respect des droits de l'homme.

Les fonds ainsi gérés s'appuient notamment sur les informations publiées au titre des informations sociales, environnementales et sociétales¹³².

Afin de fournir des informations adaptées aux attentes de ce public, dans leur format et dans leur contenu, la communication financière doit alors se rapprocher des responsables des ressources humaines et de la responsabilité sociale, sociétale et environnementale de l'entreprise. Dans cette optique, des processus spécifiques de remontée d'information sont mis en place en interne, en parallèle des systèmes d'information financière, selon une organisation propre à chaque société.

132 - En application des articles L. 225-102-1, R. 225-105 et R. 225-105-1 du Code de commerce.

La centralisation des données est réalisée majoritairement par la Direction de la responsabilité sociétale mais aussi, parfois, de la communication financière.

Ces critères ont tendance à être de plus en plus intégrés par les investisseurs pratiquant une gestion classique de portefeuille.

L'intérêt croissant porté au thème de la responsabilité sociétale a vu apparaître de nouveaux acteurs, au nombre desquels figurent les agences de notation spécialisées et la constitution d'indices boursiers dédiés à l'Investissement Socialement Responsable (FTSE4Good, DJSI, ou Euronext Vigeo par exemple).

Les agences ont pour clients des investisseurs institutionnels, dont tout ou partie des critères d'investissement sont basés sur cette thématique et des émetteurs qui souhaitent intégrer cette dimension supplémentaire dans leur communication.

Des *roadshows* spécifiques peuvent être organisés en coordination avec les spécialistes internes de la RSE, en utilisant des indicateurs clés non financiers.

Analystes crédit et agences de notation

Les analystes crédit ont pour vocation d'évaluer la santé financière sous l'angle des instruments de dette émis par l'entreprise. En complément des ratios habituels de performances économiques et financières (auxquels ils peuvent faire des ajustements spécifiques), ils s'attachent à analyser la solvabilité de l'émetteur au regard de l'équilibre de son bilan, de la génération de *free cash-flow*, de la structure de son endettement (exposition au risque de taux de change, échéancier des remboursements, coût de l'endettement), de l'existence et de la nature des clauses de sauvegarde (*covenant*).

Il est alors fréquent que l'*Investor Relations* en relation avec le Trésorier de l'entreprise, s'assure de la cohérence des messages diffusés auprès des analystes crédit. Des réunions de présentation ou des *roadshows* peuvent être spécialement organisés à l'intention de cette catégorie d'analystes, notamment à l'occasion d'opérations financières (emprunts obligataires, placements privés, etc.).

L'agence de notation est un organisme externe qui évalue la solvabilité et la liquidité de l'émetteur. Il en existe trois principales au niveau mondial, qui sont rémunérées par les sociétés cotées dans le cas d'une notation sollicitée.

La notation fait l'objet d'une publication périodique, par voie de communiqué de presse, à l'initiative de l'agence de notation lors de la publication de résultats ou de tout événement qui pourrait entraîner une modification de la situation financière de l'émetteur. Cette notation a un impact sur son coût de financement, qui reflète l'appréciation du risque par les marchés.

Afin que les agences puissent établir leur notation, l'émetteur met à leur disposition des données, notamment prospectives. À ce titre, elles peuvent être détentrices d'informations privilégiées. Aussi soumettent-elles à l'émetteur leur publication, généralement 24 heures avant diffusion, afin de lui faire vérifier qu'aucune information privilégiée n'est mentionnée.

Actionnaires individuels et associations représentatives

Le développement et la fidélisation d'un actionnariat individuel significatif, souvent réputé plus stable que l'actionnariat institutionnel, peuvent faire partie de la stratégie actionnariale de la société. Sa communication reflétera alors cette orientation.

Le lecteur trouvera au sein de l'étude sur les dispositifs de communication des sociétés cotées à destination de leurs actionnaires individuels publiée en novembre 2015 par l'AMF une présentation des cadres et outils de la communication financière ainsi qu'un panorama des pratiques existantes. L'AMF y rappelle également ses bonnes pratiques en la matière.

Obéissant aux mêmes obligations et objectifs que ceux prévalant pour les relations avec les investisseurs institutionnels, la communication financière prendra en compte les spécificités des actionnaires individuels : différence des canaux d'accès à l'information, besoin accru de pédagogie dans les messages sur les métiers de l'entreprise et ses orientations stratégiques, supports de diffusion personnalisés.

L'AMF recommande¹³³ que les documents ou les rubriques spécialisés du site Internet des émetteurs (i) mentionnent un renvoi clair et lisible vers la présentation de leurs facteurs de risque, (ii) expliquent la stratégie de l'entreprise de façon pédagogique et équilibrée, notamment sur les enjeux d'avenir et comment leur stratégie permet de répondre à ces enjeux et (iii) rappellent systématiquement l'existence de leur document de référence (ou rapport financier annuel), en précisant où il est consultable et en attirant l'attention sur les facteurs de risque qui y sont mentionnés.

Selon la nature des activités de l'émetteur, celui-ci associera, à bon escient, communication financière et communication institutionnelle dans le cas de produits et services destinés au grand public. En outre, toute volonté de développement et d'entretien d'un actionnariat individuel significatif implique également d'intégrer cette dimension dans sa politique financière (par exemple, acomptes sur dividendes, division du nominal du titre pour le rendre plus accessible, etc.).

Quelques associations représentent les actionnaires individuels ou les clubs d'investissement. Certaines se fixent pour objectif de défendre le cas des minoritaires, principalement dans le cas d'opérations financières. Les émetteurs peuvent utilement entretenir le dialogue avec ces associations et notamment les rencontrer dans le cadre de la préparation de leurs Assemblées générales afin de mieux identifier leurs attentes.

Actionnaires salariés

Tout comme la communication destinée aux actionnaires individuels, la communication visant à informer les actionnaires salariés doit présenter un caractère pédagogique.

Elle obéit aux mêmes obligations légales, notamment d'égalité d'information, que celles présentées dans la Partie 1.

Elle se fonde sur un certain nombre de supports. Il peut s'agir d'un Intranet dédié à l'actionnariat salarié, d'une lettre spécifique ou d'une rubrique « Actionnariat » dans les journaux internes, notamment.

133 - Recommandation AMF n° 2015-09 - Communication des sociétés destinée à faire la promotion de leur titre auprès d'investisseurs individuels.

Le contenu de ces supports peut consister en la présentation d'indicateurs de performance corrélés à la stratégie, d'informations spécifiques à l'actionnariat salarié (pourcentage détenu, répartition géographique), d'informations relatives à la vie du titre (annonce des résultats, événement, commentaire sur l'évolution du cours, dividende et à ses différents modes de détention (PEE, nominatif pur ou administré, au porteur). La loi a précisé les modalités du calcul de la proportion du capital détenu par les salariés¹³⁴.

3 | MISE EN ŒUVRE DE LA COMMUNICATION FINANCIÈRE

Le lecteur pourra se référer avec profit au document publié le 2 février 2017 sur son site par l'AMF, intitulé « *Communication financière des valeurs moyennes : mieux comprendre les attentes des analystes financiers et des investisseurs professionnels* ». Résultat d'une collaboration entre l'AMF, l'AFG et la SFAF, il rassemble les grands principes découlant du cadre réglementaire, les attentes des analystes et gérants en matière d'information et les points susceptibles d'être améliorés dans les pratiques actuelles.

IMPLICATION DES DIRIGEANTS

Si l'information financière réglementée, périodique ou permanente, constitue le matériau de base à partir duquel les investisseurs se forment une opinion sur un émetteur, d'autres critères contribuent également, et dans des proportions souvent importantes, à leur prise de décision. Le premier critère étant la confiance dans le *management*, les dirigeants sont donc de plus en plus amenés à s'impliquer dans la communication financière et à rencontrer les investisseurs, ce qui peut s'avérer plus particulièrement contraignant pour les sociétés de petite et moyenne taille.

C'est à l'*Investor Relations* de gérer ces demandes d'entretien et d'évaluer leur pertinence au regard de l'agenda des dirigeants. Pour ce faire, plusieurs critères doivent être pris en considération tels que l'intérêt de l'investisseur pour la société, la taille et le style de gestion de l'institution à laquelle il est rattaché ainsi que l'historique de la relation.

Pour les dirigeants, ces rendez-vous visent essentiellement :

- à rendre compte de la réalisation de leur stratégie, à s'assurer qu'elle a été bien comprise et à préciser les points clés de leurs résultats ;
- à partager, avec les investisseurs, leur perception de l'environnement macro économique et concurrentiel ;
- à évoquer, plus généralement, des questions d'actualité et à répondre aux sujets de préoccupation des différents acteurs des marchés financiers.

134 - Cf. Loi n° 2015-990 du 6 août 2015 modifiant l'article L. 225-102 du Code de commerce. Sont désormais pris en compte dans ce calcul les actions cessibles (l'ancienne condition d'incessibilité des actions a été supprimée) et les actions attribuées gratuitement aux salariés en vertu d'une autorisation d'Assemblée tenue après le 7 août 2015.

Il est donc essentiel qu'ils y soient bien préparés, qu'ils déterminent avec l'*Investor Relations* les messages-clés qu'ils souhaitent transmettre à la communauté financière (tout comme aux journalistes) et qu'ils prévoient des réponses à tous les sujets y compris les plus délicats (*Q&A*), tout en veillant à respecter scrupuleusement l'égalité de traitement de l'information conformément à la réglementation. Explications et réponses doivent prendre en compte les informations précédemment communiquées et anticiper, dans la mesure du possible, leurs conséquences futures.

Dans un souci de cohérence et de crédibilité, il est important que l'*Investor Relations* assiste aux entretiens entre les dirigeants et les membres de la communauté financière car il connaît tout à la fois la personnalité de ces interlocuteurs et le fonctionnement des marchés financiers. À terme, il pourra gérer plus efficacement le suivi de la relation.

Corporate Access

Pour la plupart des investisseurs, le fait de rencontrer les dirigeants de l'entreprise constitue une étape obligatoire avant tout processus de décision. Les *brokers* leur proposent, de plus en plus souvent, d'organiser le « *corporate access* » à savoir l'accès aux dirigeants, leur permettant ainsi de se positionner aux yeux des investisseurs. Cette démarche permet aux *brokers* de se positionner aux yeux des investisseurs et peut ensuite se matérialiser pour eux par un flux d'ordres en bourse.

Cependant, l'entrée en vigueur début 2018 de la directive MIFID 2, qui instaure une claire séparation entre la recherche et l'exécution des transactions, pourrait sensiblement modifier le comportement des *brokers*. En effet, le prix de la recherche – et ce qui peut lui être rattaché comme l'organisation de conférences, de *roadshows*,... – doit être dorénavant détaillé et isolé des transactions. Cela pourrait conduire les *brokers*, selon leur politique commerciale, à être de plus en plus sélectifs dans leurs recherches, à répercuter leur coût, voire à réduire le suivi de certaines petites capitalisations. Il convient de laisser passer ce premier exercice de mise en application de la directive pour en mesurer toutes les conséquences.

RELATIONS AVEC LES ANALYSTES FINANCIERS ET LES INVESTISSEURS

Bien que les analystes et les investisseurs, auxquels s'adresse principalement l'*Investor Relations*, aient des centres d'intérêt différents, l'approche et la conduite à tenir vis-à-vis de ces interlocuteurs sont très similaires. De façon générale, lors de ces entretiens, l'*Investor Relations* commentera des informations précédemment publiées et veillera à ne pas communiquer d'élément nouveau, de facto non connu du grand public, et en particulier celui susceptible d'avoir un impact sur le cours de bourse.

S'il arrivait, par mégarde, que les dirigeants ou l'*Investor Relations* divulguent une information pouvant être considérée comme une information privilégiée, il conviendrait de diffuser un communiqué dans les plus brefs délais, de façon à porter à la

connaissance du public ladite information. L'AMF a ainsi condamné, sur le fondement de l'article 223-10-1 de son règlement général, une société qui avait fait part aux **analystes financiers** de certaines informations dont elle n'avait pas assuré l'accès égal et dans les mêmes délais au public¹³⁵.

Il est en règle générale recommandé de rappeler régulièrement aux différents membres du *management* participant aux événements de la communication financière les règles en matière de *disclosures*.

Le guide relatif à l'analyse financière¹³⁶ publié par l'AMF précise certaines des attentes de l'AMF en matière de relations entre les analystes et les émetteurs ; et rappelle plus généralement certains textes européens et nationaux concernant l'analyse financière.

Entretiens téléphoniques

Les analystes contactent fréquemment les émetteurs afin d'affiner leurs modèles de valorisation, de vérifier une hypothèse, de réagir à l'actualité, notamment en comparant les sociétés d'un même secteur d'activité. Une démarche identique est entreprise par l'investisseur, souvent moins soucieux de remplir un modèle que de s'assurer de sa bonne compréhension des objectifs stratégiques de l'émetteur.

Il convient de souligner que les entretiens téléphoniques sont le plus souvent enregistrés en particulier chez les analystes mais aussi, moins fréquemment, chez l'*Investor Relations*, dans un souci de protection de diffusion d'informations privilégiées.

Réunion d'information

Une réunion d'information (voir Partie 2, Section 1) avec les analystes financiers, investisseurs et le cas échéant journalistes, est organisée, le plus souvent, à l'occasion de la sortie des résultats annuels et semestriels. Elle constitue un des moments les plus importants de communication et d'échanges entre le management et les marchés. Elle se déroule sous forme de réunion physique mais les nouveaux modes de communication favorisent la tenue de conférences téléphoniques, en particulier pour les résultats trimestriels et, le cas échéant, semestriels. La tenue de ces réunions peut se faire le matin ou l'après-midi si l'on souhaite toucher les analystes ou investisseurs nord américains.

Au cours de la *quiet period* (voir Partie 3, Section 1) qui la précède, la réunion fait l'objet d'une préparation avec le *management* (voir Partie 3, Section 3), pendant laquelle seront validés les messages (voir Partie 3, Section 1) et préparés les différents supports en français et en anglais : communiqué de presse, présentation visuelle, Q&A, comptes consolidés, etc.

Le communiqué de presse annonçant les résultats est diffusé avant le début de la réunion, avant l'ouverture de la bourse ou après sa clôture. Éventuellement, une

conférence téléphonique avec les principales agences de presse peut être organisée et, pour assurer la diffusion la plus large possible de l'information, il est recommandé de retransmettre la réunion par *webcast* sur Internet, avec traduction simultanée.

Enfin, les présentations (ou « *slide shows* ») « analystes et investisseurs » doivent être mises en ligne systématiquement et sans délai, au plus tard au début des réunions concernées, sur le site de l'émetteur.

Il est également recommandé lors de réunions physiques de remettre aux participants l'ensemble des présentations (*slide shows*) afin de ne pas créer de distorsion avec ceux qui ont téléchargé les slides par Internet¹³⁷.

La préparation de cette réunion se caractérise par un grand nombre de contraintes logistiques, nécessitant une étroite coordination entre l'émetteur et ses prestataires de services : réservation de la salle, moyens audio et vidéo le cas échéant, sécurité, reprographie des supports, système de traduction, retransmission Internet, éventuellement buffet et réception.

La Société Française des Analystes Financiers (SFAF) peut contribuer à l'organisation de la réunion, en particulier par l'envoi d'invitations à ses membres.

La question se pose d'inviter les journalistes aux réunions d'analystes financiers. Il revient à l'émetteur d'effectuer ce choix, compte-tenu des différences de préoccupation de chacune des populations. Quelle que soit l'organisation des manifestations (conférence téléphonique avec les agences de presse, réunions analystes et journalistes, ensemble ou séparés), les messages doivent toujours être les mêmes. Il est également conseillé de fournir les mêmes documents aux journalistes et aux analystes financiers.

Réunions individuelles (*One-on-one*)

Ces entretiens individuels ont lieu entre d'une part les dirigeants de l'entreprise et l'*Investor Relations* ou l'*Investor Relations* seul et d'autre part les analystes et/ou les investisseurs. Ils se tiennent au siège de l'entreprise ou chez des investisseurs, dans le cadre de *roadshows* (voir *infra*). Le temps consacré à la présentation formelle de la société est généralement réduit pour laisser la place aux questions-réponses.

Les *one-on-one* constituent, pour les investisseurs, une occasion précieuse et recherchée d'apprécier, au-delà des chiffres, la vision que les dirigeants ont de leur entreprise, l'analyse qu'ils font de leur environnement concurrentiel, des dynamiques de leurs marchés, voire du contexte géopolitique. Ils peuvent également porter sur la gestion des ressources humaines, en particulier sur les politiques de rémunération, sur la gouvernance de l'entreprise et sur tout autre sujet non spécifiquement financier. Bien entendu, la fonction du dirigeant interrogé influera sur les thèmes abordés.

Par ailleurs, il revient à l'*Investor Relations*, s'il a sous sa responsabilité les relations avec les agences de notations, d'organiser des *one on one* entre les analystes de ces agences et le *management* de l'entreprise.

137 - Position-recommandation AMF n° 2016-08 – Guide de l'information permanente et de la gestion de l'information privilégiée (§ 1.6.4).

Roadshows

La pratique des *roadshows* consiste à organiser pendant une période donnée (d'une journée à une semaine), sur une ou plusieurs places financières, une série de rencontres directes entre dirigeants d'un émetteur et investisseurs, dans l'optique de poursuivre le dialogue avec les investisseurs actionnaires de l'entreprise et de sensibiliser des investisseurs potentiels.

Le programme se compose généralement d'une série d'entretiens individuels (*one-on-one*) et de réunions de groupe avec des investisseurs (*group meetings*).

La Direction générale de l'entreprise est globalement très impliquée dans ces rendez-vous, principalement le Directeur financier, le PDG, le DG, ou l'un des DG délégués. L'*Investor Relations* accompagne systématiquement le *management* dans ces *roadshows* ; il peut également faire, seul, des *roadshows*.

■ Nature des *roadshows*

Les *roadshows* peuvent être organisés soit dans le contexte de la publication des résultats, soit en dehors pour maintenir, tout au long de l'année, un contact étroit avec les marchés financiers.

Des *roadshows* ponctuels ont lieu à l'occasion d'une annonce stratégique ou d'une opération financière qu'il convient de présenter au marché (en particulier une acquisition). On assiste également au développement des *roadshows* destinés aux investisseurs ISR (Investissement Socialement Responsable) ; auquel cas, l'*Investor Relations* peut se faire assister par le responsable RSE.

Dans le cas d'émissions de dettes, des *roadshows* sont également organisés pour faire connaître les caractéristiques de l'opération ; l'*Investor Relations* a, dans ce cas, la responsabilité de représenter l'émetteur ; il est généralement accompagné par le trésorier ou par le responsable de la gestion de bilan qui explique les tenants et aboutissants de l'opération sur un plan technique.

Comme évoqué précédemment, faciliter l'accès des investisseurs auprès des équipes dirigeantes est fondamental pour établir une relation de confiance et cette démarche occupe une part importante du temps dévolu à la Relation Investisseurs.

■ Choix des destinations

Le choix de la destination et la fréquence des visites dépendent principalement de l'importance des actifs gérés par la communauté financière locale, de la stratégie marketing et de la répartition de l'actionnariat de l'émetteur.

Dans un souci d'élargissement de sa base actionnariale, l'émetteur a tout intérêt à organiser de temps à autre des *roadshows* sur des places financières autres que les principales. En règle générale, c'est l'*Investor Relations* qui se charge du développement de la relation avec ces investisseurs potentiels.

■ Ciblage des investisseurs, organisation et recours aux *brokers*

La société peut décider d'organiser elle-même ses *roadshows*, à condition de disposer d'outils de ciblage et de ressources internes, ou bien de faire appel aux services d'un prestataire spécialisé indépendant.

Toutefois, la formule la plus utilisée par les émetteurs consiste à retenir les services d'un *broker*, qui se chargera de l'organisation du *roadshow*. Il peut également être fait appel à des plateformes indépendantes qui permettent la mise en relation entre l'émetteur et l'investisseur.

Pour assurer une efficacité optimale du déplacement, l'*Investor Relations* établit la liste des investisseurs à rencontrer, en fonction de sa propre politique marketing et des recommandations du *broker*. Le ciblage des investisseurs à rencontrer se fait par une analyse fine de l'actionnariat, si possible à plusieurs dates, à partir des TPI.

Le choix du *broker* repose sur différents critères : la qualité de la recherche (conditionnée par l'implication de l'analyste), le nombre d'investisseurs que la société a rencontrés par son intermédiaire, la connaissance par le vendeur de la place financière, l'efficacité de son organisation avant et pendant le *roadshow* ainsi que la qualité et la rapidité d'obtention des *feedbacks*. L'importance de sa force de vente et l'accès qu'elle procure aux institutions peut également entrer en ligne de compte.

En pratique, compte-tenu de ces critères, une alternance de *brokers* d'un *roadshow* à l'autre s'impose, notamment pour élargir la cible des investisseurs.

Le *feedback* est particulièrement utile pour s'assurer de la bonne compréhension par les investisseurs de la stratégie de l'émetteur et le cas échéant, recueillir les préoccupations et critiques des investisseurs. Remontées auprès des dirigeants de l'entreprise, ces remarques permettent de définir des pistes d'amélioration pour des présentations ultérieures. Une pratique de plus en plus courante chez les *brokers* anglo-saxons est une restitution du *feedback* sans nommer spécifiquement le nom des institutions ayant répondu (ce qui permet d'obtenir des appréciations moins édulcorées et donc plus utiles).

Certaines sociétés excluent de recourir à un *broker* dont l'analyste recommande le titre à la vente. Toutefois, il peut s'agir pour l'émetteur d'une occasion de défendre sa position face à une opinion négative de l'analyste.

Par ailleurs, on constate que de plus en plus d'investisseurs ne souhaitent pas que le représentant du *broker* (analyste ou vendeur) assiste à l'entretien avec l'émetteur : cette pratique est qualifiée de « *no broker policy* ». *A priori*, cela permet au gérant ou à l'analyste *buy-side* de ne pas dévoiler vis-à-vis de l'analyste *sell-side* ses angles d'analyse qu'il peut considérer comme stratégiques et qu'il ne souhaite donc pas voir transmis à la concurrence.

Dans le cas précis d'une transaction en cours sur le titre (*deal roadshow*), d'une opération financière ou stratégique, l'organisation d'un *roadshow* destiné à sa présentation, revient au(x) *broker(s)* de(s) la principale(s) banque(s) impliquée(s) dans l'opération. Cette règle s'impose d'autant plus s'il s'agit d'une émission sur le marché primaire.

Reverse roadshows

Les *brokers* organisent également des déplacements au siège des entreprises, avec leurs clients (analystes *buy-side* et gérants) pour rencontrer le *management*. Cela permet à celui-ci de rencontrer, en une heure, généralement de 10 à 15 investisseurs. D'où, pour le *management*, un gain de temps et une bonne mise à jour des préoccupations du marché.

Conférences

Certains *brokers* organisent des conférences auxquelles ils invitent leurs clients institutionnels à rencontrer des sociétés cotées dans le cadre de présentations sectorielles, thématiques ou géographiques. Ces présentations sont généralement suivies d'entretiens individuels (*one-on-one*) ou en petits groupes entre le management et les analystes *buy-side* et gérants. Elles permettent de concentrer, sur une courte période, un nombre important d'entretiens avec une large palette d'institutions et elles contribuent, significativement, à la visibilité de l'entreprise.

Les dirigeants sont nombreux à intervenir lors de ces conférences et l'*Investor Relations* recommandera leur participation selon des critères tels que :

- l'audience et son profil (analystes *buy-side*, gérants locaux ou internationaux, etc.), les objectifs de diversification de l'actionnariat et de notoriété auprès de la communauté financière, la participation d'investisseurs actifs ou potentiels que la société a peu d'occasions de rencontrer par ailleurs ;
- la liste des autres entreprises du secteur qui y participent et à quel niveau hiérarchique (Directeur Général, Directeur Financier, *Investor Relations* ou autre) ;
- le renom de la conférence sur le secteur concerné, la réputation du *broker* qui l'organise et la qualité de l'analyse financière ;
- la compatibilité avec le calendrier de communication de l'entreprise.

Notons que les conférences ne donnent en général pas lieu à des *feedbacks* formels de la part des investisseurs.

Journée Investisseurs (*Investor day*) ou *Capital Market day*

Le but de l'« *Investor Day* » est de mieux appréhender les activités de l'émetteur en soulignant les aspects opérationnels et stratégiques.

Qu'il soit qualifié de Journée Investisseurs (*Investor day*) ou Analystes (*Analyst day*), ou encore *Capital Market day*, l'organisation d'un tel événement de communication financière ne se justifie que pour autant que l'émetteur ait un message stratégique à faire passer ou s'il ressent le besoin d'approfondir la connaissance d'un métier, d'un produit ou d'une zone géographique dans une optique de moyen-long terme. Cet événement s'adresse en priorité aux analystes *sell-side* et *buy-side*, aux investisseurs institutionnels et obligataires ainsi qu'aux agences de notation, mais la presse financière et patrimoniale peut également être conviée. Il peut être couplé à une visite de site.

Compte-tenu du caractère stratégique des informations divulguées, il convient de diffuser un communiqué de presse en début de journée (avant ouverture de la bourse), synthétisant les points-clés qui seront abordés et de mettre en ligne, sur le site Internet de la société, les présentations réalisées à cette occasion. Le cas échéant, cette manifestation peut être diffusée en direct ou en différé par Internet ou par téléconférence.

Visites de sites (*Field trips*)

Les visites de sites ou réunions techniques fournissent aux analystes financiers et aux investisseurs la possibilité de compléter d'un point de vue opérationnel leur connaissance de l'entreprise, en dehors des événements organisés autour de l'information financière périodique. Le choix du site à faire visiter est important : il doit illustrer la stratégie de l'entreprise, son positionnement concurrentiel et doit permettre la rencontre avec les responsables opérationnels.

Ce type de manifestation exige une préparation d'une rigueur identique à celle qui préside aux autres événements de communication financière, incluant un entraînement au dialogue des responsables opérationnels avec les analystes et les investisseurs pour éviter la divulgation par les responsables opérationnels, qui ne sont généralement pas habitués à ce type d'interlocuteurs, de toute information non publique.

RELATIONS AVEC LES ACTIONNAIRES INDIVIDUELS

Les relations avec les actionnaires individuels reposent sur des supports de communication appropriés, qui se caractérisent par le caractère pédagogique de la présentation des métiers et de la stratégie de l'entreprise. En effet, bien que la démocratisation de l'investissement en actions et l'accélération de l'utilisation d'Internet fassent converger les besoins des analystes et ceux des actionnaires particuliers, certains outils de communication financière sont particulièrement adaptés aux actionnaires individuels : section dédiée du site Internet, lettre aux actionnaires, *webzine*, guide de l'actionnaire, publicité financière, réunions périodiques, éventuellement visites de sites, prise en charge du service des titres, etc.

Dans tous les cas, l'actionnaire individuel attend une relation personnalisée et de qualité, qu'il soit au nominatif pur, administré ou au porteur.

Par ailleurs, en novembre 2015, l'AMF a formulé des recommandations pour la protection des actionnaires individuels¹³⁸ rappelant que les sociétés

- qui souhaitent présenter leurs atouts différenciant en tant qu'investissement financier, doivent mentionner dans le même document un renvoi clair et lisible vers la présentation de leurs facteurs de risque afin d'assurer une présentation équilibrée de l'information ;
- qui initient des campagnes publicitaires de promotion de leurs titres en dehors de toute période d'information financière, doivent rappeler systématiquement l'existence de leur document de référence (ou rapport financier annuel), en précisant où il est consultable et d'attirer l'attention du public sur les facteurs de risque qui y sont mentionnés ;
- qui proposent une détention des titres au nominatifs doivent veiller à fournir, lors de la présentation des différents modes de détention de leurs titres, des informations sur les frais liés à la détention des titres au nominatif pur (droits de garde, frais de gestion, frais de courtage), dans le même document ou dans la même rubrique du site Internet.

Contacts téléphoniques et électroniques

Le contact avec les actionnaires individuels peut passer par la mise à disposition de numéros de téléphone dédiés, dont le coût est pris en charge ou non par l'entreprise. Généralement assuré par la Direction de la communication financière ou sous-traité à des prestataires externes, il implique un niveau de connaissance de l'entreprise et des attentes des actionnaires individuels. Le pic d'appels se situe, en général, autour de la période durant laquelle se tient l'Assemblée générale et lors du paiement du dividende. Les échanges par mail se sont beaucoup développés au cours des dernières années – en complément ou en remplacement des envois postaux – soit en direct, soit par le biais d'abonnements aux publications dédiées proposées par l'entreprise. L'utilisation des réseaux sociaux par les actionnaires individuels est, par ailleurs, en forte expansion.

Réunions périodiques

Afin de fidéliser les détenteurs de leurs titres et d'élargir leur base actionnariale, les principales sociétés cotées organisent, souvent dans le cadre de partenariats avec des organismes spécialisés ou la presse patrimoniale, des réunions d'actionnaires individuels à Paris ainsi que dans les principales villes de province. Au cours de ces réunions, les sociétés présentent leurs activités et répondent aux questions.

Ces actions sont généralement menées par les émetteurs comportant un pourcentage élevé d'actionnaires individuels dans leur capital ou souhaitant l'augmenter. L'orateur peut être un membre de la Direction générale et/ou de l'équipe des Relations Investisseurs.

Clubs et Comités consultatifs

Pour maintenir un contact étroit avec leurs actionnaires individuels et animer la relation avec eux, certaines sociétés leur proposent d'adhérer à un club. En général, leur objectif premier est de communiquer de façon régulière et pédagogique sur la vie du groupe, les résultats (commerciaux et financiers) et l'évolution boursière. À cet effet, les sociétés envoient périodiquement à leurs actionnaires des documents tels que des lettres (trimestrielle, semestrielle, annuelle...), un rapport annuel abrégé, les documents de convocation à l'Assemblée générale. Dans ce même esprit d'information, les actionnaires peuvent être invités à découvrir l'activité de la société (visites de sites), ses produits (invitation à des salons, à des essais...). Plus généralement, la mise en place d'un club traduit la volonté des sociétés cotées de connaître l'opinion de leurs actionnaires et de les fidéliser.

Un seuil minimum de détention peut être requis pour adhérer.

S'il souhaite développer particulièrement la relation avec cette cible, l'émetteur pourra envisager la création d'un Comité consultatif ou de réflexion, constitué de quelques actionnaires individuels représentatifs de son actionnariat. Réunis plusieurs fois par an, ils seront consultés sur la façon de communiquer sur la stratégie et les outils de communication qui leur sont destinés, et pourront y apporter un regard critique. Dans

le cadre de ces réunions, ils rencontreront éventuellement le management. Les membres d'un Comité consultatif ou de réflexion peuvent participer à l'élaboration de certains supports comme la lettre aux actionnaires ou l'avis financier, ou bien à l'animation de stands sur des salons dédiés. De fait, outre les suggestions dont ils peuvent enrichir la communication financière de l'entreprise, ils jouent souvent un rôle de prescripteurs auprès des autres actionnaires individuels.

Service Titres

Le Service Titres, éventuellement proposé par l'émetteur aux actionnaires nominatifs (essentiellement individuels), consiste à assurer (ou à sous-traiter auprès d'une banque dépositaire) une inscription, dans les livres de l'émetteur, des titres détenus par l'actionnaire.

Cette inscription présente un certain nombre d'avantages :

- pour l'émetteur : connaissance des actionnaires les plus fidèles ;
- pour les actionnaires : prise en charge éventuelle des droits de garde, réception de l'information préparée par la société, droits de vote doubles après deux ans de détention (sauf clause contraire des statuts) et, le cas échéant, dividende majoré si les statuts de l'émetteur le prévoient.

Lorsque ces titres sont inscrits au nominatif pur, ils doivent, pour être cédés, être inscrits à nouveau « au porteur ».

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE

L'Assemblée générale des actionnaires est un rendez-vous annuel dont la finalité a évolué avec le temps : d'un exercice purement juridique, il est aujourd'hui devenu une occasion de rencontrer le *management*, un lieu d'expression des actionnaires institutionnels et privés, où se rejoignent communication financière et communication institutionnelle.

Afin de favoriser la participation des actionnaires, l'AMF a publié en juillet 2012 la recommandation n° 2012-05 visant à appliquer un certain nombre des 32 propositions du rapport du groupe de travail sur les Assemblées générales (Rapport Poupart Lafarge), rendu public le 7 février 2012. Le 11 février 2015, l'AMF a publié un bilan sur la mise en œuvre de ces propositions, dont certaines ont été prises en compte par les associations ou organismes professionnels ainsi que par le législateur, et a mis à jour sa recommandation n° 2012-05. Le 24 octobre 2017, l'AMF a émis de nouvelles propositions destinées notamment à améliorer le dialogue avec les actionnaires et l'accès à l'information post-assemblée.

En vue de faciliter la participation des actionnaires non-résidents, il est conseillé de prévoir une version en anglais de tous les documents édités à l'occasion de l'Assemblée générale.

En marge de la préparation pratique de l'Assemblée générale, les *Investor Relations* sont de plus en plus impliqués dans la communication sur la gouvernance de l'entreprise, notamment par le biais d'entretiens ponctuels avec les agences de *proxy advisors*, ainsi que par la réalisation de *roadshows* dédiés auprès d'analystes et investisseurs spécialisés.

Préparation de l'Assemblée générale

La préparation de l'Assemblée intervient largement en amont de cet événement. À ce stade, l'*Investor Relations*, en étroite collaboration avec la Direction juridique, va s'attacher à connaître la politique de vote des actionnaires ou des *proxy advisors* et leur évolution récente. En effet, la connaissance des politiques de vote peut influencer sur la proposition de certaines résolutions.

Dans certains cas, l'*Investor Relations* organise des rencontres ou des conférences téléphoniques avec les responsables décidant, au sein des institutions, du vote des résolutions présentées par les sociétés dont ils sont actionnaires. Cette même démarche peut être faite auprès des prescripteurs, c'est-à-dire des agences de vote (*proxy advisors*) dont le rôle est de conseiller les investisseurs sur le vote des résolutions. Ces dernières sont tenues de faire connaître leur politique générale de vote chaque année¹³⁹.

Ces rencontres permettent de présenter les raisons pour lesquelles l'émetteur soumet les résolutions au vote des actionnaires, de sorte que ceux-ci se prononcent en toute connaissance de cause, en ligne avec les recommandations de l'AMF concernant la mise en place d'un dialogue permanent en amont et en aval des projets de résolution.

L'organisation de l'Assemblée générale requiert parfois de recourir à des sociétés de sollicitation de votes (*proxy solicitors*). Ces cabinets entrent en contact avec les actionnaires de la société, afin de s'assurer de leur participation au vote et de garantir l'atteinte du *quorum*.

Après publication de l'avis dit « de réunion » au BALO (au plus tard à J-35), l'avis de convocation doit être adressé (au minimum à J-15) aux actionnaires dont les titres sont inscrits au nominatif et mis à disposition de l'ensemble des actionnaires sur le site Internet de la société. Il doit notamment comporter les modalités de participation à l'Assemblée, un exposé résumé de la situation de la société et de ses comptes annuels, ainsi que les projets de résolutions. Par souci pédagogique, il est recommandé d'en rédiger des résumés, présentant les motifs et les enjeux, que l'AMF recommande de mettre en ligne en même temps que l'avis de réunion.

Les sociétés qui entendent recourir à la communication électronique en lieu et place d'un envoi postal peuvent le faire, sous réserve de l'accord de leurs actionnaires nominatifs.

Quelques jours avant l'Assemblée générale (jusqu'à une quinzaine de jours), sur la base des formulaires reçus par la banque centralisatrice, l'état des projections de vote et des demandes de carte d'admission à l'Assemblée est tenu à jour.

- Vote par Internet

À l'initiative de l'AFTI (Association Française des Professionnels des Titres) et avec le concours des banques, une plate-forme de vote électronique (Votaccess), commune à tous les établissements teneurs de compte et aux émetteurs de la Place financière de Paris, a été mise en œuvre depuis la saison des Assemblées générales 2012. Elle permet de mettre en relation les actionnaires et les sociétés émettrices, via leurs centralisateurs, en vue de recueillir leurs votes ou leurs mandats dans les 15 jours qui précèdent l'Assemblée générale et jusqu'à la veille de celle-ci. Ouverte à tous les intermédiaires financiers qui en acceptent les conditions, cette plate-forme est également accessible aux investisseurs institutionnels depuis 2014.

Tenue de l'Assemblée générale

La tenue de l'Assemblée générale nécessite une coordination entre Direction juridique, Communication financière et Secrétariat général. Elle comprend, en général, une présentation des résultats de l'exercice ainsi que de la stratégie, qui se substitue à la lecture du rapport de gestion. Par ailleurs, le Président du conseil d'administration ou de surveillance peut rendre compte, à cette occasion, des travaux du conseil et de ceux des Comités spécialisés. Sont également développés les critères de détermination des composantes de la rémunération des dirigeants mandataires sociaux, qui sont désormais soumis à un vote *ex ante*.

Les commissaires aux comptes peuvent parfois être appelés à exposer un résumé de leurs travaux si le contexte ou la mise au vote de certaines résolutions le justifie.

Cette présentation est suivie d'une session de questions-réponses au cours de laquelle un échange intervient entre le *management* et les actionnaires qu'ils soient individuels ou institutionnels.

Le plus souvent, le vote des résolutions se fait de manière électronique. L'Assemblée générale peut être retransmise sur Internet, en direct et/ou en différé, avec traduction en anglais. Si l'Assemblée générale n'est pas retransmise intégralement, il est de bonne pratique de préciser quelles parties ne sont pas retransmises.

Communication à l'issue de l'Assemblée générale¹⁴⁰

L'AMF recommande de rendre disponible sur le site Internet de la société, au plus tard dans les 2 mois suivant la tenue de l'Assemblée générale, un compte-rendu synthétique de celle-ci intégrant notamment le résultat du vote des résolutions et la confirmation de la date de mise en paiement du dividende. L'AMF recommande également la publication des statuts actualisés, ainsi que l'annonce de la date de l'Assemblée générale N+1, voire N+2, à la fois dans le calendrier des communications financières mais aussi dans la rubrique consacrée à l'Assemblée générale. Enfin le procès-verbal doit être établi dans les meilleurs délais à compter de la mise à disposition du compte rendu de l'Assemblée et, au plus tard, dans les 4 mois. Ces recommandations ne s'appliquent pas aux valeurs moyennes, mais ces dernières peuvent néanmoins s'en inspirer en pratique.

L'AMF recommande en outre :

- de conserver en libre accès, sur le site internet des émetteurs dans un espace dédié, l'ensemble des informations relatives aux assemblées passées, au moins pour les 3 dernières années ;
- et de veiller à rendre les informations suivantes accessibles sur le site, au moins pour les 3 dernières années :
 - le résultat des votes pour chacune des résolutions proposées ;
 - les traductions en langues étrangères de l'ensemble des documents relatifs aux assemblées générales (si l'émetteur a procédé à de telles traductions) ;
 - les captations vidéo ou audio de tout ou partie de l'AG (si l'émetteur a réalisé de tels enregistrements). En cas d'enregistrements partiels, l'émetteur devra indiquer que des parties ont été omises.

COMMUNICATION FINANCIÈRE ET NUMÉRIQUE

Site Internet

Depuis le 1^{er} janvier 2011 et la transposition de la Directive 2007/36/CE relative à l'exercice de certains droits par les actionnaires des sociétés cotées, les sociétés cotées doivent disposer d'un site Internet.

Outil essentiel de communication pour les sociétés qui y présentent leurs produits, leurs activités et leur stratégie, le site Internet participe activement au marketing du titre en rendant la société cotée visible auprès d'une audience toujours plus large et internationale. Il permet, en outre, un gain de temps et des économies dans la diffusion de l'information financière. Le mode de diffusion par Internet a d'ailleurs vocation à se substituer de plus en plus aux autres modes de diffusion, principalement au détriment des supports papier.

Les obligations d'archivage de la directive Transparence requièrent que les rapports financiers annuels et semestriels restent à la disposition du public pendant dix ans. Les émetteurs doivent également respecter les obligations de l'article 17.1 du règlement Abus de marché qui exige de conserver sur le site Internet, pour une période d'au moins cinq ans, toutes les informations privilégiées publiées (Voir partie 1 - section 7 « Archivage et transparence de l'information réglementée »).

La majorité des sociétés propose, sur leur site, un espace plus particulièrement dédié à la communication financière, généralement intitulé « Finance », « Relations investisseurs » ou « Actionnaires ». Cette section est soumise à une réglementation précise en matière de contenu et de mise à jour en temps réel avec les autres modes de publication de l'entreprise. L'AMF a en effet publié le 26 octobre 2016 une recommandation¹⁴¹ dans laquelle elle rappelle qu'il est essentiel que l'information publiée sur les sites Internet « corporate » soit complète, équilibrée dans sa présentation, facile d'accès, et archivée pendant un délai adéquat. Elle rappelle également que l'exigence réglementaire d'une information exacte, précise et sincère s'applique aux informations diffusées sur le site Internet des émetteurs.

Afin d'accompagner les sociétés dans la gestion de leur site Internet, l'AMF a par ailleurs formulé un certain nombre de bonnes pratiques dont elle recommande l'application :

- accessibilité à l'information publiée : l'AMF recommande de limiter le nombre de clics pour avoir accès à l'information (utilisation de menus déroulants, adoption d'une pratique de liens précis avec le lieu où se trouve l'information recherchée...) et de faciliter l'accès aux informations les plus consultées par les investisseurs (établissement d'un glossaire recensant les mots clés les plus souvent utilisés, rendre directement accessibles sur le site principal de la société les rubriques « investisseurs » ou « actionnaires » et leurs sous-rubriques...);
- mise à jour des informations figurant sur le site Internet et ses modalités : l'AMF recommande de dater, voire d'horodater (par exemple en heure GMT) les informations les plus sensibles afin de permettre au lecteur d'en identifier la séquence et donc le degré de pertinence. Elle recommande notamment cette pratique lorsque les sociétés publient sur leur site les notes des agences de notations, les notes d'analyse ou le consensus les concernant. Elle préconise également de mettre en place des procédures permettant de répondre à l'obligation de synchronisation de la diffusion des communiqués à la presse et leur publication sur leur site ;
- archivage des informations publiées : il est recommandé de prévoir un temps d'archivage suffisamment long pour les informations sensibles non constitutives d'une information privilégiée (informations réglementées, informations des assemblées générales), d'adopter une politique stable et harmonisée dans le temps par type d'information afin de respecter le principe d'information sincère et de renvoyer au site centralisé d'archivage national pour les informations qui ne sont plus en ligne.

Par ailleurs, on observe les pratiques suivantes au sein des sites Internet des sociétés cotées qui visent à :

- faciliter l'accès au calendrier financier à jour et au dernier communiqué de presse ;
- présenter le cours de bourse, quasiment en temps réel, ainsi que l'historique des données boursières (cours le plus haut, cours le plus bas, volume de transactions, évolution des performances, etc.) ;
- privilégier des libellés et des textes compréhensibles et conviviaux ;
- prévoir, éventuellement, un glossaire et un « FAQ » sur les questions les plus courantes ;
- inclure la possibilité de contacter la Direction de la communication financière (adresse électronique, coordonnées téléphoniques) ;
- proposer un moteur de recherche efficace et des fonctionnalités techniques (inscription à un flux RSS, liens vers des réseaux sociaux, etc.) ;
- sensibiliser les équipes informatiques à la nécessité de mettre en place une architecture qui facilite la maintenance et la mise à jour de l'information financière.

Conférences téléphoniques *via* Internet (Conférence calls) et vidéo conférences

À l'occasion d'une annonce importante, notamment des résultats ou le lancement d'une opération financière, les conférences téléphoniques (voire les vidéo conférences) retransmises sur Internet permettent de communiquer rapidement

l'information de manière simultanée à un grand nombre de personnes, sans qu'elles aient à se déplacer, ce qui minimise les coûts et les temps de transport et permet de gérer les contraintes liées au décalage horaire.

En diffusant au plus vite des informations plus détaillées et en étant à la disposition des analystes et des investisseurs pour répondre à leurs questions en une seule fois, ce mode de communication complète et, parfois même, se substitue à une réunion physique. Ces conférences sont accessibles à tous et elles sont annoncées par un communiqué de presse ; leur tenue est indiquée sur le site Internet de la société, avec un préavis suffisant. Elles sont archivées à la disposition du public, notamment de la communauté financière internationale travaillant sur des fuseaux horaires différents et restent consultables pendant un certain délai après l'événement. Elles se tiennent généralement en anglais.

Les vidéo conférences peuvent également être utilisées pour tenir des *one-on-one* entre le management et un investisseur à l'étranger, optimiser une réunion d'analystes avec une participation physique dans un site et une vidéo conférence sur un autre, etc. Elles s'organisent facilement grâce à l'équipement dont dispose la société ou bien en le louant auprès d'un prestataire spécialisé, qui veillera à la qualité technique de la réunion. Elles ne sauraient cependant se substituer aux réunions physiques, en particulier lors d'un premier contact avec un investisseur ou un analyste.

Retransmission sur Internet (*Webcast*)

Le *webcast* est la retransmission d'un événement sous forme audio ou vidéo, diffusée sur Internet en direct ou en différé. L'internaute l'écoute ou la visualise sur l'écran de son ordinateur grâce à un lecteur multimédia. Cette technologie permet d'élargir l'audience des événements sans contrainte de lieux, tout en respectant l'égalité de tous devant l'information et ses fonctions de réécoute sont appréciées par les utilisateurs. Elle est utilisée par les émetteurs pour la retransmission d'événements tels que : l'Assemblée générale, la présentation de résultats, la présentation d'opérations spécifiques comme une acquisition, une cession, une fusion, etc. Elle se déroule généralement en français avec une traduction simultanée en anglais ou bien directement en anglais.

La diffusion en *webcast* est souvent assurée par un prestataire externe spécialisé. Sa mise en place est relativement onéreuse et nécessite une organisation *ad hoc*. L'émetteur choisira alors entre un *webcast* audio ou un *webcast* vidéo. Ce dernier est plus coûteux car techniquement plus complexe et parce qu'une équipe spécialisée doit filmer l'événement sur place. Les *brokers*, organisant des conférences, proposent de plus en plus fréquemment aux émetteurs une retransmission par Internet ; ils prennent alors à leur charge l'organisation technique et le coût associé.

Réseaux sociaux

Avec la montée en puissance des réseaux sociaux (Twitter, LinkedIn, Facebook, etc.), les informations financières et commentaires sur une société se transmettent plus

rapidement, sans aucune distinction de métier ou de géographie. Dans ce contexte, l'AMF a publié un certain nombre de recommandations sur l'utilisation de ces réseaux portant sur les points suivants¹⁴² :

- comptes des sociétés sur les réseaux sociaux : l'AMF recommande de rappeler l'existence de ces comptes sur le site Internet des sociétés dans une rubrique *ad hoc*, visible dès la page d'accueil du site ou la page « Finance » ou « Investisseurs » ;
- authentification et accès à l'information : l'AMF recommande notamment aux sociétés de veiller à s'assurer de l'authentification de leur compte sur les réseaux sociaux (par exemple, procéder à la certification de leur compte Twitter), d'établir une charte d'utilisation par leurs dirigeants et salariés des médias sociaux pour leur compte personnel et de rappeler à leurs dirigeants que leur responsabilité de mandataire social demeure pleine et entière, y compris lorsqu'ils s'expriment sur des comptes personnels ;
- processus de veille : il est recommandé aux sociétés d'assurer une veille active afin d'avoir connaissance des informations qui les concernent circulant sur les médias sociaux et de réagir rapidement en cas de piratage ;
- format des messages : l'AMF recommande notamment d'une part, que l'information diffusée soit circonstanciée afin qu'elle ne puisse pas être qualifiée de trompeuse et d'autre part, qu'un lien soit systématiquement mis en place vers le communiqué à diffusion effective et intégrale, source de l'information, afin de permettre aux lecteurs de trouver facilement une information complète ;
- actions possibles et/ou nécessaires selon la réglementation en cas de rumeurs ou de fuite : lorsqu'une rumeur ne concerne qu'un seul média social et que le démenti ne constitue pas en lui-même une information privilégiée, il est possible de ne le diffuser que sur le seul média source de la rumeur sans le reprendre sous la forme d'un communiqué à diffusion effective et intégrale. Dans les autres cas, la réaction aux rumeurs doit être diffusée sous la forme d'un communiqué à diffusion effective et intégrale. À noter, qu'en avril 2013, la SEC a autorisé les sociétés américaines à diffuser leur information réglementée via les réseaux sociaux (en citant Facebook et Twitter), à condition que les investisseurs soient informés de ce mode de diffusion.

En France, l'AMF a rappelé¹⁴³ que les émetteurs ne peuvent diffuser leurs informations privilégiées sur les médias sociaux que si, et seulement si, ces informations ont préalablement fait l'objet d'un communiqué à diffusion effective et intégrale et sous réserve que l'information donnée par l'émetteur, quel que soit le support utilisé, soit exacte, précise et sincère conformément aux exigences du Règlement général de l'AMF. Selon l'AMF, les médias sociaux constituent donc un vecteur complémentaire d'information du marché mais ne peuvent en être le vecteur unique et/ou premier.

Outre la prise en compte des recommandations formulées par l'AMF, il est indispensable d'informer les salariés sur les risques encourus à divulguer des informations sur la société qui les emploie, *via* les réseaux sociaux

142 - Position-recommandation AMF n° 2016-08 – Guide de l'information permanente et de la gestion de l'information privilégiée (§ 1.6.4.2).

143- Articles 223-1 à 223-10-1 du Règlement général de l'AMF

4 ■ REMONTÉE DE LA PERCEPTION DU MARCHÉ AUPRÈS DU MANAGEMENT

Le sentiment du marché correspond au regard porté par les investisseurs et analystes sur la stratégie, les activités, la performance et les perspectives de l'entreprise, ainsi que sur la crédibilité du *management*.

L'*Investor Relations* a un rôle clé à jouer dans la remontée de cette perception auprès de ses dirigeants. En particulier, il sait reconnaître lorsque les opinions individuelles des analystes ou investisseurs deviennent une impression générale partagée, au travers de contacts divers (téléphone, *roadshow*, emails, publication de notes sectorielles), dont il convient d'informer la Direction générale voire le Conseil d'administration ou de surveillance.

La fréquence et le format de cette communication sont laissés à son appréciation et pourront varier selon les sujets et les destinataires.

DIFFUSION D'ÉTUDES D'ANALYSTES

L'*Investor Relations* communiquera aux dirigeants de l'entreprise et, le cas échéant, au Conseil d'administration ou de surveillance, les études les plus pertinentes et effectuera une synthèse des autres.

SUIVI DU CONSENSUS

Le consensus est la moyenne arithmétique des prévisions réalisées par les analystes financiers « *sell-side* » sur les principaux agrégats (chiffre d'affaires, résultat opérationnel ou EBIT, résultat net, BNPA etc.) des sociétés cotées. Pour être représentatif, il doit retenir les estimations des analystes suivant activement la valeur. Il peut être complété par l'établissement de la médiane des mêmes indicateurs.

Il est recommandé d'effectuer ce suivi du consensus de manière régulière, tout au long de l'année, de l'actualiser avant une publication de résultats ou de chiffre d'affaires et de le communiquer au management. Des cabinets se sont spécialisés dans la collecte et la publication de ces prévisions, donnant lieu, de fait, à des consensus différents. Les émetteurs, de leur côté, peuvent tenir à jour le consensus des analystes suivant régulièrement leur valeur sans nécessairement le publier.

Cette démarche a pour objectif d'anticiper les réactions du marché avant les publications de l'émetteur et de pouvoir ajuster, en conséquence, ses messages à destination du public. En cas d'écart significatif entre le consensus et les données internes de l'entreprise, la publication d'un communiqué de presse peut s'avérer nécessaire (voir Partie 2, Section 2, « Avertissement sur résultat »).

Le consensus peut être soit établi par l'*Investor Relations* à partir des différentes analyses dont il a pris connaissance, soit par des prestataires extérieurs spécialisés dans la collecte et la diffusion d'informations financières. Certains émetteurs publient le consensus de marché sur leurs sites Internet. Le consensus interne, dont la source est clairement identifiée, est plus significatif que les autres qui présentent l'inconvénient d'un manque d'homogénéité dans les agrégats retenus (résultats avant ou après éléments exceptionnels, calcul sur un nombre d'actions dilué ou non, etc.) et l'actualisation souvent insuffisante des données.

FEEDBACKS ET ENQUÊTES DE PERCEPTION

Au-delà de la mission de l'*Investor Relations* de tenir en permanence son management informé des réactions et attentes du marché, il est très utile, à l'issue de *roadshows*, de conférences, de *one-on-one* et de rencontres avec des investisseurs ou des analystes, de disposer dans les meilleurs délais d'un *feedback* ou résumé de l'opinion des participants afin de pouvoir optimiser la communication financière et enrichir la base de données investisseurs dans l'optique de futurs rendez-vous. Les personnes rencontrées sont interrogées par le *broker* ou éventuellement directement par la société, sur la qualité des réponses apportées aux questions, la perception du management, de la stratégie, les éventuels sujets de préoccupation, etc.

Au cours de sa vie boursière, l'entreprise pourra également ressentir le besoin de conduire une enquête de perception auprès de la communauté financière. Cette étude peut porter sur la communication financière de la société ou sur une problématique spécifique comme la pertinence des orientations stratégiques ou le choix des indicateurs de performance.

VEILLE CONCURRENTIELLE BOURSIÈRE

Au-delà de la remontée auprès du management de la perception du marché (*feedback*), l'*Investor Relations* remplit, de plus en plus, un rôle de veille du marché de la concurrence car il suit la communication financière des entreprises de son secteur : actualité boursière, comparaison des cours de bourse, des volumes de transactions ou de l'actionariat, suivi des analystes, critères de valorisation, en particulier. Cela peut s'appliquer aux concurrents directs, aux principaux clients ou aux principaux fournisseurs.

Cette étude peut être complétée en disposant d'un échantillon de valeurs qui lui sont comparables par la taille, le secteur ou la problématique (structure du capital, changement de direction, crise). La veille concurrentielle boursière peut porter autant sur l'évolution du comportement de ces sociétés en bourse que sur la façon dont elles communiquent avec les marchés : messages stratégiques, choix des indicateurs de performance, existence et horizon de prévisions de résultats, fréquence et contenu de l'information sur l'actualité de la société (*newsflow*), calendrier des publications, choix des supports de communication financière, disponibilité du *management*, etc.

ACTIVITÉ SUR LE MARCHÉ DU TITRE

Au quotidien, la Direction de la communication financière suit certains indicateurs sur le comportement de son ou de ses titres cotés : variation du cours de bourse, en absolu et en relatif, par rapport à un ou plusieurs indices de référence, volume des transactions en nombre, en capitaux et en pourcentage du capital échangés, capitalisation boursière, liquidité, notamment.

Cette connaissance de la vie du titre permet d'identifier les mouvements inhabituels et de chercher à en connaître la cause auprès d'interlocuteurs tels que les sociétés de bourse en externe et la Direction de la trésorerie en interne. Ces éléments d'information, de plus en plus difficiles à appréhender avec certitude, sont pourtant essentiels pour alerter, le cas échéant, les dirigeants.

Ce suivi peut s'effectuer en interne, en s'appuyant sur les bases de données à disposition de l'émetteur, y compris Euronext, ou bien grâce aux *brokers* ou à l'apporteur de liquidité le cas échéant.

INFORMATION AU CONSEIL D'ADMINISTRATION OU AU CONSEIL DE SURVEILLANCE

Le conseil d'administration ou de surveillance doit pouvoir disposer de tous les éléments nécessaires pour remplir l'une de ses missions qui consiste à s'assurer, par l'intermédiaire du Comité d'audit, du processus d'élaboration et de contrôle de l'information financière (cf. Charte Cliff-IFA¹⁴⁴). Il peut donc être destinataire, de manière régulière ou ponctuelle, d'informations sur l'évolution du cours de bourse de la société et de ses principaux concurrents, d'analyses financières résumées ou exhaustives, de synthèses des principales préoccupations des marchés et des réponses qui leur sont apportées.

À l'occasion de la publication de résultats ou de la réalisation d'opérations financières, le conseil d'administration ou de surveillance peut être consulté sur les projets de communiqué de presse.

L'*Investor Relations* peut être amené à présenter, au conseil d'administration ou au conseil de surveillance, la stratégie de communication financière de l'entreprise.

144 - « Relations entre Direction générale et conseil d'administration sur les sujets de communication financière » - charte rédigée conjointement par le Cliff et l'IFA en septembre 2010.

Les émetteurs dont les titres sont admis aux négociations sur un marché réglementé ou un système multilatéral de négociation organisé (art. 524-1 du Règlement général de l'AMF) peuvent établir, chaque année, un document de référence¹. Le document de référence est un document de synthèse qui constitue un outil de communication en donnant aux différentes parties prenantes (analystes financiers, investisseurs, actionnaires individuels, ...) tous les éléments nécessaires pour fonder leur jugement sur l'activité, la situation financière, les résultats et les perspectives de l'émetteur. En effet, il contient l'ensemble des informations juridiques, économiques, financières, comptables et extra-financières concourant à une présentation exhaustive d'une société pour un exercice donné.

Bien que le document de référence soit facultatif, il constitue une pratique courante puisqu'il est préparé par plus de la moitié des sociétés cotées sur Euronext Paris et il peut désormais être établi par les sociétés cotées sur Euronext Growth Paris. En effet, ce document présente plusieurs avantages.

D'une part, le document de référence permet de faciliter les opérations financières sur le marché. Il peut faire partie intégrante du prospectus, l'émetteur n'ayant alors qu'à préparer une note d'opération et le cas échéant, un résumé. Le processus de préparation du prospectus est ainsi accéléré et le délai d'obtention du visa est réduit à 5 jours.

D'autre part, le document de référence permet de répondre aux exigences de qualité de l'information exprimées par la communauté financière :

- les analystes financiers y trouvent une information facilitant les comparaisons sectorielles et pluriannuelles,
- les analystes ISR y trouvent une série d'informations et d'indicateurs extra-financiers,
- les investisseurs institutionnels apprécient de recourir à ce type de document,
- les actionnaires individuels, les journalistes et les académiques s'y procurent une source d'informations exhaustive et à jour sur l'entreprise.

La préparation du document de référence est néanmoins un exercice difficile et de longue haleine. De par le volume important d'informations à fournir et la multiplicité des sources réglementaires, sa préparation nécessite la mobilisation de plusieurs fonctions au sein de l'entreprise ainsi que la mise en place d'un processus coordonné de préparation, relecture, contrôle et validation du document.

TEXTES DE RÉFÉRENCE

Le contenu et les modalités de dépôt (ou d'enregistrement) du document de référence sont fixés par l'instruction de l'AMF n° 2016-04 du 21 octobre 2016. Cette instruction s'appuie sur les textes suivants :

- le Règlement européen n° 809/2004 du 29 avril 2004, dit Règlement Prospectus, mettant en œuvre la directive 2003/71/CE, et pour certaines rubriques par les positions et les recommandations de l'AMF et de l'ESMA²,
- le Règlement général de l'AMF, notamment son article 212-13.

1 - Article 212-13 du Règlement général de l'AMF.

2 - Le CESR a publié une série de recommandations en vue d'une application harmonieuse du Règlement Prospectus en Europe. Ces recommandations ont été mises à jour par l'ESMA en mars 2013 et sont régulièrement complétées par des questions/réponses.

L'AMF reprend ces recommandations pour l'application de son Règlement général ainsi que dans son guide d'élaboration des documents de référence (art. 212-7 du Règlement général).

L'AMF a publié deux guides d'élaboration du document de référence :

- la position-recommandation n° 2009-16 du 10 décembre 2009, modifiée le 13 avril 2015,
- la position-recommandation n° 2014-14 du 2 décembre 2014, mise à jour le 13 avril 2015 (qui remplace la position-recommandation n° 2008-12 du 9 janvier 2008) a été spécifiquement conçue pour guider les valeurs moyennes (sociétés des compartiments B et C d'Euronext) dans la préparation de leur document de référence.

CONTENU DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

Les informations à inclure dans le document de référence dépendent du type de titres financiers cotés sur le marché réglementé d'Euronext Paris.

Les émetteurs dont les titres de capital (ou donnant accès au capital) sont cotés doivent fournir dans leur document de référence l'ensemble des informations requises par l'annexe I du Règlement Prospectus. Cette annexe requiert le niveau d'information le plus complet comparativement aux autres annexes du Règlement Prospectus et est organisée selon 25 rubriques.

Les autres annexes du Règlement Prospectus, moins contraignantes en termes d'informations requises, peuvent être utilisées par les émetteurs dont seuls les instruments financiers suivants sont cotés :

- titres d'emprunts et instruments dérivés dont la valeur nominale unitaire est inférieure à 100 000 euros (annexe IV),
- titres adossés à des actifs (annexe VII),
- titres d'emprunts et instruments dérivés dont la valeur nominale unitaire est supérieure ou égale à 100 000 euros (annexe IX).

Un régime d'information proportionnée est également prévu pour les sociétés à faible capitalisation boursière et les petites et moyennes entreprises (sauf s'il s'agit d'une première demande d'admission sur Euronext Paris) aux annexes XXV à XXVII du Règlement Prospectus.

L'article 222-9 du Règlement Général de l'AMF impose en outre d'inclure, dans le document de référence, le rapport sur le gouvernement d'entreprise, ainsi que le rapport des contrôleurs légaux y afférent.

Il convient également de fournir, dans le document de référence, une information *pro forma* en cas de changement de périmètre ayant un impact sur les comptes supérieurs à 25 % (article 222-2 du Règlement général de l'AMF). Cette information

pro forma devra être ajoutée dans le document de référence lorsqu'elle ne figure pas dans les comptes IFRS, en pratique, lorsque le changement de périmètre aura pris effet après la date de clôture des derniers comptes, mais avant le dépôt du document de référence ou lorsque la société aura pris un engagement financier important.

GUIDES D'ÉLABORATION

Le 13 avril 2015, l'AMF a publié une mise à jour du Guide d'élaboration des documents de référence (Position-recommandation n° 2009-16) comprenant notamment ses positions et recommandations sur les thèmes suivants :

- Positions relatives à :
 - Relations mères-filiales
 - Limitations de droits de vote et droits de vote multiple
- Recommandations :
 - Recommandation sur les engagements hors bilan ;
 - Recommandation sur les facteurs de risque ;
 - Recommandation sur la description des principales activités et des principaux marchés ;
 - Recommandation sur la description de la structure du capital ;
 - Recommandation relative à l'information à donner sur les rémunérations des mandataires sociaux ;
 - Recommandation sur la création de valeur actionnariale ;
 - Recommandation sur les assurances et couvertures des risques ;
 - Recommandation sur les nantissements, garanties et sûretés ;
 - Recommandation sur les risques et litiges : méthode de provisionnement ;
 - Recommandation sur les conventions réglementées.

Ce guide d'élaboration ne s'applique pas aux valeurs moyennes pour lesquelles l'AMF a publié le 2 décembre 2014, et mis à jour le 13 avril 2015, un guide d'élaboration des documents de référence adapté à leurs spécificités³. Ce dernier rassemble dans une brochure unique tous les textes applicables à l'élaboration du document de référence des valeurs moyennes.

L'AMF définit les valeurs moyennes comme les sociétés ayant, à la date de clôture de leur exercice, une capitalisation boursière inférieure ou égale à 1 milliard d'euros (sociétés des compartiments B et C d'Euronext Paris). Toutefois, en cas de franchissement de ce seuil, le changement de régime n'est applicable à la société concernée qu'à partir de l'exercice suivant celui au cours duquel le seuil a été franchi.

3 - Position-recommandation n° 2014-14 qui remplace le guide initialement publié le 9 janvier 2008.

Le guide d'élaboration des documents de référence adapté aux valeurs moyennes énonce cinq grands principes (matérialité, complétude, cohérence, compréhensibilité et comparabilité) pour construire un document synthétique d'information financière qui donne du sens et de la pertinence à l'information délivrée, et répond à la diversité des besoins des parties prenantes. Il a été élaboré pour prendre en compte les spécificités des valeurs moyennes en :

- repensant la présentation du document de référence pour l'orienter davantage vers l'activité des émetteurs ;
- limitant le nombre de recommandations ;
- facilitant les renvois entre les différentes rubriques du document de référence et les correspondances avec les autres documents juridiques obligatoires.

Il comporte également un exemple de trame de présentation du document de référence en six chapitres avec une table de correspondance pour répondre à la fois aux exigences européennes sur le prospectus et aux exigences françaises quant au contenu du rapport de gestion.

ARTICULATION AVEC LES AUTRES PUBLICATIONS ANNUELLES

Le document de référence peut prendre la forme d'un **document spécifique** ou d'un **rapport annuel destiné aux actionnaires**, lorsque celui-ci contient toutes les informations requises et que la présentation promotionnelle de l'émetteur ne nuit pas à la nécessaire objectivité de l'information contrôlée par l'AMF⁴.

La publication du document de référence n'est soumise à aucun délai particulier. Néanmoins, s'il est publié dans les 4 mois qui suivent la clôture de l'exercice et comporte toutes les informations requises dans le rapport financier annuel, **le document de référence peut faire office de rapport financier annuel**. L'émetteur est alors dispensé de la publication séparée du rapport financier annuel, sous réserve qu'il satisfasse aux conditions de publication et d'archivage de l'information réglementée.

La publication au moins 35 jours avant la tenue de l'Assemblée générale annuelle est considérée comme une bonne pratique par les investisseurs institutionnels et les *proxy advisors*.

4 - Instruction AMF n° 2016-04 du 21 octobre 2016 (Information à diffuser en cas d'offre au public ou d'admission aux négociations de titres financiers sur un marché réglementé).

Au-delà du contenu obligatoire du document de référence décrit ci-dessus, les émetteurs disposent donc de la liberté de le compléter d'un certain nombre d'informations optionnelles, ce qui leur permet d'optimiser leurs publications annuelles.

Le tableau suivant récapitule l'ensemble des documents qui peuvent être inclus dans les documents de référence en distinguant ceux qui sont obligatoires, de ceux qui sont optionnels.

| | Documents obligatoires | Documents optionnels |
|------------------|---|---|
| DDR ⁵ | <p>Contenu décrit dans la section « contenu du document de référence » ci-dessus, avec notamment :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comptes consolidés des 3 derniers exercices (avec la possibilité d'incorporer par référence⁶ ceux des exercices N-2 et N-1) et rapports des contrôleurs légaux y afférents • Rapport sur le gouvernement d'entreprise et rapport des contrôleurs légaux y afférent | <ul style="list-style-type: none"> • Comptes annuels de la société émettrice du dernier exercice • Rapport de gestion complet – Code de commerce • Rapport sur les impacts environnementaux de l'activité de l'émetteur, • Descriptif du programme de rachat d'actions, • Documents requis pour l'Assemblée générale |

De plus en plus d'émetteurs choisissent une démarche « *One-stop-shopping* » en incluant dans le document de référence toutes les informations obligatoires ou susceptibles d'être demandées au cours de la période considérée.

En fonction des documents qui y sont inclus, le document de référence est communément désigné :

- « 2 en 1 » lorsqu'il fait également office de rapport financier annuel (« RFA »), ou
- « 3 en 1 » lorsqu'il comprend le RFA ainsi que le rapport de gestion complet requis par le code de commerce, voire
- « 4 en 1 » ou « rapport annuel destiné à l'Assemblée générale » lorsqu'il comprend l'ensemble des informations requises pour l'Assemblée générale.

5 - DDR :
« document de référence ».

6 - Il est possible d'incorporer par référence les états financiers des exercices précédents dès lors que ces états financiers ont déjà été publiés dans un document déposé/enregistré auprès de l'AMF.

Le tableau suivant résume ces différents cas de figure :

| | Documents | Informations à inclure |
|----------------|--|---|
| DDR « 2 en 1 » | 1. DDR 2. RFA | Contenu du DDR complété des éléments suivants : <ul style="list-style-type: none"> • Comptes annuels de la société émettrice pour l'exercice N, et rapport des CAC afférent • Rubriques du rapport de gestion requises dans le rapport financier annuel (lorsque la société suit l'annexe I il conviendra, notamment, d'ajouter les informations relatives aux rachats d'actions propres) |
| DDR « 3 en 1 » | 1. DDR 2. RFA 3. Rapport de gestion complet | Contenu DDR « 2 en 1 » complété des informations du rapport de gestion non explicitement requises dans le DDR+RFA, notamment : <ul style="list-style-type: none"> • Conséquences sociales et environnementales de l'activité • Participation des salariés au capital social, • Description des installations Seveso • L'indication des franchissements de seuil et la répartition du capital • Récapitulatif des opérations réalisées par les dirigeants sur les titres de la société • L'activité des filiales et des participations et l'indication des prises de participation |
| DDR « 4 en 1 » | 1. DDR 2. RFA 3. Rapport de gestion 4. Informations requises pour l'AG | Contenu du DDR « 3 en 1 » complété de toutes les informations requises pour l'AG, notamment : <ul style="list-style-type: none"> • Tableau des résultats des 5 derniers exercices (CCom R225-102) • Tableau d'affectation du résultat (D135) • Ordre du jour et projet de résolutions • Rapports spéciaux des Commissaires aux comptes (options de souscription d'actions, attributions gratuites d'actions, réalisation des rachats d'actions, suppression du droit préférentiel de souscription, etc...) |

Certaines sociétés établissent, à côté du document de référence, un rapport annuel distinct (ou plaquette institutionnelle), diffusé notamment à l'occasion de leur Assemblée générale annuelle.

Ce document de communication, parfois appelé rapport d'activité et de responsabilité d'entreprise, est libre mais présente généralement le groupe, sa stratégie, sa gouvernance, ses activités et marchés, son engagement en matière de développement durable et d'innovation, ainsi que ses chiffres clés financiers et extra-financiers. D'autres sociétés innovent en publiant un rapport intégré qui présente de façon concise et pédagogique sa stratégie de création de valeur (financière et extra-financière) à court, moyen et long-terme et les relations avec les parties prenantes.

Dans la mesure où la forme et la structure du document de référence sont flexibles, il est possible d'inclure ces documents en première partie du document de référence (ou tome 1), en les complétant par une seconde partie réglementaire. Cette solution permet aux émetteurs d'améliorer la cohérence et de dégager des synergies entre leurs publications annuelles tout en procédant à une diffusion distincte et large de la première partie. Il convient néanmoins de veiller à ce que seule l'association des deux parties (ou deux tomes) soit désignée comme le document de référence dans son intégralité, la plaquette annuelle ou le rapport intégré n'étant qu'un élément constitutif qui ne doit pas comporter le numéro de visa AMF.

STRUCTURE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

L'observation des pratiques du marché permet de dégager trois types de structure majoritairement utilisées par les émetteurs sur Euronext Paris :

- une structure reprenant l'ordre des 25 rubriques de l'Annexe I du Règlement Prospectus,
- une structure thématique en 6 à 10 chapitres,
- une structure en deux parties, une première partie de type plaquette institutionnelle (ou rapport intégré s'il se généralise), complétée par une partie présentant l'ensemble des autres informations financières et juridiques.

Lorsque la structure du document de référence ne suit pas l'ordre des 25 rubriques de l'Annexe I, une table de concordance entre les rubriques de l'Annexe du Règlement Prospectus et celles du document de référence doit être fournie. Cette dernière doit impérativement reprendre l'ensemble des rubriques et sous-rubriques de l'Annexe I et indiquer précisément et de manière exhaustive les numéros des pages où sont fournies les informations⁷. Dans le cadre du nouveau Règlement Prospectus, applicable dès les publications 2020, la structure du Document de Référence devra placer le chapitre « facteurs de risques » en début de document.

Quelle que soit la structure adoptée, et compte tenu de l'étendue des informations requises, les sociétés peuvent, dans leur document de référence, effectuer des renvois d'une partie à une autre. Ceci permet d'éviter la duplication de l'information (à condition toutefois que ces renvois soient spécifiques et ne nuisent pas à la lisibilité du document).

RESPONSABILITÉ DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

Le ou les responsables du document de référence doivent attester qu'**après avoir pris toute mesure raisonnable à cet effet, les informations contenues dans le document de référence sont, à leur connaissance, conformes à la réalité et ne comportent pas d'omission de nature à en altérer la portée.**

Ils précisent par ailleurs qu'ils ont obtenu des commissaires aux comptes une lettre de fin de travaux et doivent retranscrire les éventuelles observations incluses dans cette lettre.

Les responsables signataires de l'attestation peuvent être le Président du Directoire, le Président-Directeur Général, ou si les fonctions sont dissociées, le Directeur Général ou un Directeur Général Délégué pour les sociétés à Conseil d'administration.

L'AMF a publié des modèles d'attestation des personnes responsables du document de référence correspondant aux situations suivantes (Instruction AMF n° 2016-04 du 21 octobre 2016) :

- attestation d'un document de référence seul ;
- attestation d'un document de référence contenant un rapport financier annuel ;
- attestation d'un document de référence (ou d'une actualisation) contenant un rapport financier semestriel.

CONTRÔLE PAR LES COMMISSAIRES AUX COMPTES

Au-delà de leurs rapports sur les comptes annuels et consolidés, les Commissaires aux comptes attestent que les informations **prévisionnelles, estimées ou *pro forma***, éventuellement présentées dans le document de référence (le cas échéant, dans ses actualisations ou rectifications) ont été adéquatement établies sur la base indiquée et que la base comptable utilisée est conforme aux méthodes comptables appliquées par l'émetteur.

S'agissant des **autres informations contenues dans le document de référence**, les commissaires aux comptes procèdent à une lecture d'ensemble du document afin de relever, parmi les autres informations, celles qui leur apparaîtraient manifestement incohérentes sur la base de leur connaissance générale de l'émetteur acquise dans le cadre de leur mission.

Les commissaires aux comptes établissent à destination de l'émetteur une **lettre de fin de travaux** sur le document de référence dans laquelle ils font état des rapports émis figurant dans ledit document ou, le cas échéant, leurs actualisations ou leurs rectifications et indiquent, au terme de leur lecture d'ensemble et des éventuelles vérifications particulières effectuées conformément à leur norme professionnelle, leurs éventuelles observations. Cette lettre de fin de travaux est délivrée à une date la plus proche possible de celle du visa de l'AMF. S'agissant d'un document privé, elle n'est pas publiée dans le document mais elle est délivrée à l'émetteur qui en transmet une copie à l'AMF.

PROCÉDURE DE REVUE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE PAR L'AMF

Le document de référence doit être déposé auprès de l'AMF. Lorsque l'émetteur n'a pas encore soumis à l'AMF trois documents de référence consécutifs, le projet de document fait l'objet d'une revue *a priori* par l'AMF, qui peut demander des adaptations ou des investigations complémentaires, préalablement à son enregistrement et à sa publication. Lorsque l'émetteur a déjà soumis à l'AMF trois documents de référence consécutifs, le document fait l'objet d'une revue *a posteriori* de l'AMF.

Lorsque l'AMF, dans le cadre de ses missions de contrôle *a posteriori*, constate une omission ou une inexactitude significative dans le contenu du document de référence,

elle en informe l'émetteur, qui doit déposer auprès de l'AMF les rectifications apportées au document de référence. Ces rectifications sont mises à la disposition du public. L'AMF considère comme significative toute omission ou inexactitude qui est susceptible de fausser manifestement l'appréciation par l'investisseur de l'organisation, de l'activité, des risques, de la situation financière et des résultats de l'émetteur. Les autres observations formulées par l'AMF sont portées à la connaissance de l'émetteur, qui en tient compte dans le document de référence de l'année suivante.

ACTUALISATIONS DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

À compter de la publication du document de référence, l'émetteur peut procéder à des actualisations régulières portant sur les éléments comptables publiés et les faits nouveaux relatifs à son organisation, son activité, ses risques, à sa situation financière et ses résultats, selon les mêmes modalités que celles prévues pour le document de référence.

Lorsqu'une actualisation du document de référence est rendue publique dans les 3 mois qui suivent la fin du premier semestre et comprend le rapport financier semestriel, l'émetteur est dispensé de la publication séparée de ce rapport.

MODALITÉS DE DIFFUSION ET D'ARCHIVAGE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

Au plus tard le lendemain de son dépôt ou de son enregistrement, le document de référence est tenu gratuitement à la disposition du public, il peut être consulté à tout moment par toute personne qui en fait la demande au siège de l'émetteur ou auprès des organismes chargés d'assurer son service financier, une copie du document doit être adressée sans frais à toute personne qui en fait la demande.

La version électronique du document de référence est envoyée à l'AMF aux fins de mise en ligne sur son site.

Lorsque le document de référence fait également office de rapport financier annuel (ou semestriel), il est alors soumis aux modalités de diffusion et d'archivage propres à l'information réglementée⁸, à savoir :

- Diffusion, dite « effective et intégrale », par voie électronique. Un communiqué indique alors la mise à disposition du document de référence (un exemple de communiqué de presse figure en annexe 11 du Guide relatif au dépôt de l'information réglementée auprès de l'AMF et à sa diffusion).
- Depuis la Directive Transparence révisée, l'obligation d'archivage sur le site Internet de l'émetteur a été portée à 10 ans. Depuis le 6 janvier 2009, l'AMF transmet les documents à la Direction de l'information légale et administrative qui assure l'archivage *via* le portail dédié **www.info-financiere.fr**

Par ailleurs, le communiqué de presse de mise à disposition du document de référence doit aussi mentionner la liste des informations réglementées incluses dans le document, notamment le rapport sur le gouvernement d'entreprise, le descriptif des programmes de rachats d'actions ou encore les documents préparatoires à l'Assemblée Générale⁹.

Enfin, afin d'assurer l'égalité de traitement entre les actionnaires, la majorité des sociétés, notamment celles qui ont un actionnariat international, publient une traduction en anglais du document de référence. La traduction doit être mise en ligne de façon concomitante avec la version originale du document de référence.

Sous réserve qu'il ait été régulièrement actualisé, le document de référence est valable 12 mois pour être incorporé dans un prospectus. Dans le cadre du prospectus, il peut bénéficier du passeport européen en cas d'offre au public ou d'admission aux négociations sur le marché réglementé d'un État membre de la communauté européenne autre que la France.

9 - Guide relatif au dépôt de l'information réglementée auprès de l'AMF et à sa diffusion.

TEXTES RÉGLEMENTAIRES INFORMATION FINANCIÈRE :

I. TEXTES ENCADRANT L'OFFRE AU PUBLIC DE TITRES FINANCIERS

A. Sources européennes

1. **Directive 2003/71/CE** du Parlement européen et du Conseil en date du 4 novembre 2003 concernant le prospectus à publier en cas d'offre au public de valeurs mobilières ou en vue de l'admission de valeurs mobilières à la négociation, et modifiant la Directive 2001/34/CE (dite « Directive Prospectus »). Modifiée par la **Directive 2010/73/UE** et la **Directive 2010/78/CE** en date du 24 novembre 2010 et complétée par les Règlements délégués n°486/2012 en date du 30 mars 2012 et n° 392/2014 en date du 7 mars 2014 de la Commission
2. **Règlement (CE) N° 809/2004** de la Commission en date du 29 avril 2004 mettant en œuvre la Directive 2003/71/CE du Parlement européen et du Conseil en ce qui concerne les informations contenues dans les prospectus, la structure des prospectus, l'inclusion d'informations par référence, la publication des prospectus et la diffusion des communications à caractère promotionnel. Modifié par les **Règlements délégués (UE) n° 486/2012** de la Commission en date du 30 mars 2012, **n° 862/2012** en date du 4 juin 2012, **n° 759/2013** du 30 avril 2013 et **n° 2016/301** en date du 30 novembre 2015
3. **Recommandations - mars 2013** - Mise à jour par l'ESMA des recommandations du CESR en vue d'une application cohérente du Règlement de la Commission européenne sur les prospectus n° 809/2004 (Réf : ESMA/2013/319)
4. **Recommandation de la Commission en date du 27 avril 2004**, concernant certains éléments du prospectus simplifié décrit au schéma C de l'annexe I de la directive 85/611/ CEE du Conseil (Texte présentant de l'intérêt pour l'EEE) (notifiée sous le numéro C(2004) 1541/2 (JO L 144 du 30.4.2004, p. 45-58)
5. **Questions / réponses** : positions communément acceptées par les membres de l'ESMA - 28^e version - mars 2018

B. Sources nationales

1. **Articles L. 411-1 à L. 412-3 et articles L. 621-8 à L. 621-8-3 du Code monétaire et financier**
2. **Articles D. 411-1 à D. 411-4 du Code monétaire et financier** (liste des investisseurs qualifiés)
3. **Règlement général de l'AMF**, article 211-1 et suivants figurant au Titre Ier (Offre au public ou admission aux négociations sur un marché réglementé de titres financiers) du Livre II (Emetteurs et information financière)
4. **Recommandation AMF n° 2009-11 du 8 juin 2009** relative à la préparation des opérations financières soumises au visa de l'AMF
5. **Position AMF n° 2006-17 du 10 juillet 2006** relative la notion de prévision de bénéfice

6. **Position AMF n° 2007-17 du 23 octobre 2007 Questions / réponses** relatives aux prévisions de bénéfice
7. **Position-recommandation AMF n° 2009-16 du 10 décembre 2009** (mise à jour le 13 avril 2015) : Guide d'élaboration des documents de référence
8. **Position-recommandation AMF n° 2010-03 du 16 septembre 2010 (mise à jour le 5 mai 2011)** : Questions - Réponses de l'AMF sur le transfert vers Euronext Growth d'une société cotée sur Euronext
9. **Position AMF n° 2013-03 du 4 février 2013**, sur la communication des sociétés lors de l'émission de titres de capital ou donnant accès au capital ne donnant pas lieu à la publication d'un prospectus soumis au visa de l'AMF
10. **Position-recommandation AMF n° 2014-14 du 2 décembre 2014** (mise à jour le 13 avril 2015) Guide d'élaboration des documents de référence adapté aux valeurs moyennes
11. **Instruction AMF n° 2016-04 du 21 octobre 2016 (mise à jour le 15 janvier 2018)** relative à l'information à diffuser en cas d'offre au public ou d'admission aux négociations de titres financiers sur un marché réglementé

II. TEXTES ENCADRANT L'INFORMATION PERMANENTE

A. Sources européennes

1. **Règlement UE n° 596/2014** du Parlement européen et du Conseil en date du 16 avril 2014 sur les abus de marché, abrogeant la directive 2003/2014/CE
2. **Règlement délégué UE 2016/522** de la Commission du 17 décembre 2015 complétant le Règlement (UE) n° 596/2014 du Parlement européen et du Conseil en ce qui concerne la dérogation de certains organismes publics et banques centrales de pays tiers, les indicateurs de manipulation de marché, les seuils de publication d'informations, l'autorité compétente pour les notifications de reports, l'autorisation de négociation pendant les périodes d'arrêts et les types de transactions à notifier par les dirigeants
3. **Lignes directrices de l'ESMA** sur le Règlement abus de marché du 20 octobre 2016 (entrée en vigueur à partir du 20 décembre 2016)

B. Sources nationales

1. **Règlement général de l'AMF**, articles 221-1 et suivants, figurant au Chapitre Ier (Dispositions communes et diffusion de l'information réglementée) du Titre II (Information périodique et permanente) du Livre II (Emetteurs et information financière) ; articles 223-1 et suivants figurant au Chapitre III (Information permanente) du Titre II (Information périodique et permanente) du Livre II (Emetteurs et information financière) ;
2. **Instruction AMF n° 2007-03 du 31 mai 2007** (mise à jour le 8 juillet 2013) relative aux modalités de dépôt de l'information réglementée par voie électronique

3. **Guide pratique AMF** relatif au dépôt de l'information réglementée auprès de l'AMF et à sa diffusion du 28 novembre 2007 (mis à jour le 15 avril 2013)
4. **Position-recommandation AMF n° 2004-04 du 12 octobre 2004** (mise à jour le 4 décembre 2013) relative aux communications portant sur des données financières estimées
5. **Recommandation AMF n° 2015-09 du 26 novembre 2015** relative à la communication des sociétés destinée à faire la promotion de leur titre auprès d'investisseurs individuels
6. **Position AMF n° 2015-10 du 26 novembre 2015** relative à la communication des sociétés sur les frais liés à la détention de titres au nominatif pur
7. **Position-recommandation AMF n° 2016-08 du 26 octobre 2016** - Guide de l'information permanente et de la gestion de l'information privilégiée
8. **Instruction AMF n° 2016-07** sur les modalités de notification dans le cadre d'un différé de publication d'une information privilégiée

III. TEXTES ENCADRANT L'INFORMATION PÉRIODIQUE

A. Sources européennes

1. **Directive 2004/109/CE** du Parlement européen et du Conseil en date du 15 décembre 2004 sur l'harmonisation des obligations de transparence concernant l'information sur les émetteurs dont les valeurs mobilières sont admises à la négociation sur un marché réglementé (modifiant la directive 2001/34/CE) et directive 2007/14/CE en date du 8 mars 2007 portant modalités d'exécution de certaines dispositions de la directive 2004/109/CE. Modifiées par la directive 2011/0307 du Parlement européen et du Conseil en date du 25 octobre 2011 et celle 2013/50/UE du Parlement européen et du Conseil en date du 22 octobre 2013.
2. **Directive 2013/34/UE** du Parlement et du Conseil en date du 26 juin 2013 relative aux états financiers annuels, aux états financiers consolidés et aux rapports y afférents de certaines formes d'entreprises, modifiant la directive 2006/43/CE du Parlement européen et du Conseil et abrogeant les directives 78/660/CEE et 83/349/CEE du Conseil
3. **Recommandation de la Commission 2014/208/UE** en date du 9 avril 2014 sur la qualité de l'information sur la gouvernance d'entreprise (« appliquer ou expliquer »)

B. Sources nationales

1. **Articles L. 451-1-2 et suivants du Code monétaire et financier**
2. **Articles L. 225-100 à L. 225-100-3, articles L. 225-102 à L. 225-102-2, article L. 233-6, articles R 225-102, R 225-104 et R 225-105 à R 225-105-1 du Code de commerce** (rapport de gestion)

3. **Article 243 bis du Code général des impôts** (information relative au dividende incluse dans le rapport de gestion)
4. **Articles L. 225-37 alinéa 6 à L. 225-37-5 et L. 225-68 alinéa 6 du Code de commerce** (rapport sur le gouvernement d'entreprise)
5. **Article L. 621-18-3 du Code monétaire et financier** (publicité du rapport sur le gouvernement d'entreprise)
6. **Articles L. 232-1 à L. 232-7 du Code de commerce** (comptes annuels)
7. **Articles L. 225-184 et L. 225-197-4 du Code de commerce** (rapports spéciaux relatifs aux actions attribuées gratuitement et aux options de souscription ou d'achat d'actions).
8. **Articles R. 225-34-1 et R. 225-60-1 du Code de commerce** (publicités liées à l'octroi de rémunérations différées aux dirigeants)
9. **Article R. 232-11 du Code de commerce** (publications périodiques au BALO)
10. **Règlement général AMF, articles 221-1 et suivants**, figurant au Chapitre Ier (Dispositions communes et diffusion de l'information réglementée) du Titre II (Information périodique et permanente) du Livre II (Emetteurs et information financière) ; articles 222-1 et suivants figurant au Chapitre II (Information périodique) du Titre II (Information périodique et permanente) du Livre II (Emetteurs et information financière)
11. **Instruction AMF n° 2007-03 du 31 mai 2007** (mise à jour le 8 juillet 2013) relative aux modalités de dépôt de l'information réglementée par voie électronique
12. **Position-recommandation AMF n° 2010-18 du 9 février 2010** (mise à jour le 1^{er} août 2012) sur la présentation des éléments d'évaluation et des risques du patrimoine immobilier des sociétés cotées
13. **Recommandation AMF n° 2010-16 du 22 juillet 2010** Cadre de référence des dispositifs de gestion des risques et de contrôle sociaux interne
14. **Position-recommandation AMF n° 2009-16 du 10 décembre 2009** (mise à jour le 13 avril 2015) : Guide d'élaboration des documents de référence
15. **Recommandation AMF n° 2010-19 du 22 juillet 2010 sur le comité d'audit**
16. **Recommandation AMF n° 2012-02 du 9 février 2012** (mise à jour le 22 novembre 2017) sur le gouvernement d'entreprise et la rémunération des dirigeants des sociétés se référant au code AFEP-MEDEF, présentation consolidée des recommandations publiées depuis 2009 par l'AMF dans ses rapports annuels (rapport de 2017 sur le gouvernement d'entreprise et la rémunération des dirigeants, le contrôle interne et la gestion des risques ; rapports de 2010 à 2016 sur le gouvernement d'entreprise et la rémunération des dirigeants ; rapport du 8 décembre 2009 sur le gouvernement d'entreprise et le contrôle interne ; rapport du 9 juillet 2009 sur les rémunérations des dirigeants des sociétés cotées et sur la mise en œuvre des recommandations du code AFEP-MEDEF)
17. **Recommandation AMF n° 2013-08 du 17 mai 2013** (mise à jour le 15 avril 2016) sur l'information financière *pro forma*
18. **Position-recommandation AMF n° 2014-14 du 2 décembre 2014** (mise à jour le 13 avril 2015) Guide d'élaboration des documents de référence adapté aux valeurs moyennes
19. **Recommandation AMF n° 2010-16 du 22 juillet 2010** – Cadre de référence des dispositifs de gestion des risques et de contrôle interne

- 20. Guide AMF de juin 2015** sur la pertinence, la cohérence et la lisibilité des annexes aux comptes
- 21. Position AMF n° 2015-12 du 3 décembre 2015** relative aux indicateurs alternatifs de performance (applicable depuis le 3 juillet 2016)
- 22. Position-recommandation AMF n° 2016-05 du 26 octobre 2016** – Guide de l’information périodique des sociétés cotées sur un marché réglementé
- 23. Recommandation AMF n° 2016-13 du 28 novembre 2016** relative à la responsabilité sociale, sociétale et environnementale
- 24. Position-recommandation AMF n°2016-08 du 26 octobre 2016** – Guide de l’information permanente et de la gestion de l’information privilégiée

IV. TEXTES ENCADRANT CERTAINES SITUATIONS PARTICULIÈRES DANS LESQUELLES LA DIFFUSION D’UNE INFORMATION FINANCIÈRE EST REQUISE

A. Offres publiques d’acquisition

- 1. Directive 2004/25/CE** du Parlement européen et du Conseil en date du 21 avril 2004 concernant les offres publiques d’acquisition
- 2. Articles L. 433-1 à L. 433-4 du Code monétaire et financier**
- 3. Règlement général AMF**, articles 223-32 et suivants figurant à la Section VII (Déclaration d’intention en cas d’actes préparatoires au dépôt d’une offre publique) du Chapitre III (Information permanente) du Titre II (Information périodique et permanente du Livre II (Emetteurs et informations financière) ; articles 231-1 et suivants figurant au Titre III (Offres publiques d’acquisition) du Livre II (Emetteurs et informations financières)
- 4. Instruction AMF n° 2006-07 du 25 juillet 2006** (mise à jour le 20 mars 2015) relative aux offres publiques d’acquisition
- 5. Instruction n° 2009-08 du 1^{er} octobre 2009** relative au contrôle des opérations d’offre publique d’acquisition

B. Franchissement de seuils

- 1. Directive 2013/50/UE** du Parlement européen et du Conseil en date du 22 octobre 2013 modifiant la directive 2004/109/CE du Parlement européen et du Conseil sur l’harmonisation des obligations de transparence concernant l’information sur les émetteurs dont les valeurs mobilières sont admises à la négociation sur un marché réglementé, la directive 2003/71/CE du Parlement européen et du Conseil concernant le prospectus à publier en cas d’offre au public de valeurs mobilières ou en vue de l’admission de valeurs mobilières à la négociation et la directive 2007/14/CE de la Commission portant modalités d’exécution de certaines dispositions de la directive 2004/109/CE
- 2. Articles L. 233-7 à L. 233-15 du Code de commerce**
- 3. Articles R. 233-1 à R. 233-2 du Code de commerce**

4. **Règlement général de l'AMF**, articles 223-11 et suivants figurant dans la Section II (Franchissements de seuils) du Chapitre III (Information permanente) du Titre II (Information périodique et permanente) du Livre II (Emetteurs et informations financières)
5. **Instruction AMF n° 2008-02 du 31 mars 2008** (mise à jour le 7 février 2013) – Déclarations de franchissement(s) de seuil(s) de participation

C. Déclaration des opérations réalisées sur les titres de la société par les dirigeants

1. **Règlement d'exécution** (UE) 2016/523 du 10 mars 2016
2. **Articles L. 621-18-2 et R. 621-43-1** du Code monétaire et financier
3. **Règlement général de l'AMF**, articles 223-22 et suivants figurant dans la Section V (Opérations des dirigeants et des personnes mentionnées à l'article L. 621-18-2 du Code monétaire et financier) du Chapitre III (Information permanente) du Titre II (Information périodique et permanente) du Livre II (Emetteurs et informations financière)
4. **Instruction n° 2016-06** – Opérations des dirigeants et des personnes mentionnées à l'article 19 du règlement européen sur les abus de marché
5. **Position-recommandation n° 2016-08 du 26 octobre 2016** – Guide de l'information permanente et de la gestion de l'information privilégiée

D. Programme de rachat d'actions

1. **Règlement CE n° 2273/2003** de la Commission en date du 22 décembre 2003 portant modalités d'application de la directive 2003/6/CE du Parlement européen et du Conseil en ce qui concerne les dérogations prévues pour les programmes de rachat et la stabilisation d'instruments financiers abrogé au 3 juillet 2016 par le **Règlement (UE) n° 596/2014** du Parlement européen et du Conseil du 16 avril 2014 sur les abus de marché
2. **Articles L. 225-209 et L. 225-211 du Code de commerce** (rachat d'actions)
3. **Règlement général de l'AMF**, articles 241-1 et suivants (descriptif du programme de rachat, information hebdomadaire et mensuelle sur la mise en oeuvre du programme de rachat) figurant dans le Titre IV (programmes de rachat de titres de capital et déclaration des opérations) du Livre II (Emetteurs et information financière)
4. **Décision du 24 mars 2011** – Pratique de marché admise n° 2011-07 relative au contrat de liquidité modifiant la Décision du 1^{er} octobre 2008 concernant l'acceptation des contrats de liquidité en tant que pratique de marché admise par l'AMF
5. **Instruction AMF n° 2017-03 du 2 février 2017** – Modalités de déclaration des opérations réalisées dans le cadre des interventions des émetteurs cotés sur leurs propres titres et des mesures de stabilisation
6. **Position-recommandation AMF n° 2017-04** – Guide relatif aux interventions des émetteurs cotés sur leurs propres titres et aux mesures de stabilisation
7. **ESMA, Points for convergence in relation to MAR accepted market practices on liquidity contracts**, ESMA70-145-76, 25 April 2017

E. Publicité des pactes d'actionnaires

1. **Article L. 233-11 du Code de commerce**
2. **Règlement général de l'AMF**, article 223-18 (information relative aux pactes d'actionnaires) figurant sans la Section III (Pactes d'actionnaires) du Chapitre III (Information permanente) du Titre II (Information périodique et permanente) du Livre II (Emetteurs et information financière)

F. Cessions et acquisitions d'actifs significatifs

1. **Position-recommandation AMF n° 2015-05 du 15 juin 2015** sur les cessions et acquisitions d'actifs significatifs par des sociétés cotées

G. Dividendes

1. **Questions-réponses publiées par l'ESMA le 1^{er} avril 2016** (ESMA 2016/419 "*Questions and answers on the common operation of the Market Abuse Directive*")
2. **Position-recommandation n° 2016-08 du 26 octobre 2016** – Guide de l'information permanente et de la gestion de l'information privilégiée

H. Liste d'initiés

1. **Règlement UE n° 596/2014** du Parlement européen et du Conseil en date du 16 avril 2014 sur les abus de marché, abrogeant la directive 2003/2014/CE
2. **Règlement d'exécution (UE) 2016/347 du 10 mars 2017** relatif au format des listes d'initiés et à ses mises à jour
3. **Position-recommandation n° 2016-08 du 26 octobre 2016** – Guide de l'information permanente et de la gestion de l'information privilégiée

Index

Alphabétique

A I

| | |
|---|---|
| Accord ferme | 88, 89, 93 |
| Acquisition | 21, 50, 52, 60, 71, 75, 76, 77, 80, 87, 89, 90, 91, 94, 120, 126, 136, 146, 165, 167 |
| Actionnaires individuels | 131, 139-141, 151, 183 |
| Actionnaires salariés | 131 |
| Agences de notation | 111, 125, 129, 130, 135, 138, 146 |
| Analystes crédit | 130 |
| Analystes ISR | 129, 151 |
| <i>Analyst day</i> | 138 |
| Annulation d'actions propres | 80 |
| Apport d'actifs | 92-94 |
| Archivage | 6, 25, 26, 41, 144, 145, 154, 159, 186 |
| Assemblée générale | 16, 21, 33, 38, 39, 40, 41, 43, 56, 64, 65, 67, 68, 69, 72-73, 80, 82, 91, 92, 107, 118, 127, 140, 141-144, 146, 154, 155, 156, 160, 174-175, 176, 178, 180 |
| Associations représentatives d'actionnaires | 131 |
| Augmentation de capital | 71, 105-107, 184 |
| Avis financier | 33, 36, 44, 141, 176, 186 |

B I

| | |
|-------------------------|---|
| BALO | 33, 43, 47, 72, 142, 164, 177, 178, 180 |
| <i>Black-out period</i> | 122 |
| Brevet | 61, 62 |
| <i>Broker</i> | 29, 133, 136, 137, 138, 146, 149, 150 |
| <i>Buy-side</i> | 35, 128-129, 137, 138, 174 |

C I

| | |
|---|---|
| Calendrier de la communication financière | 22, 118 |
| <i>Call</i> | 36, 75, 145 |
| <i>Capital Market day</i> | 138 |
| Capital social | 16, 39, 40, 74, 81, 105, 156, 175, 176, 184 |
| Cession d'actifs | 21, 50, 51, 52, 60, 87-91, 94, 95, 120, 126, 146, 167 |
| Cession de titres | 28, 71, 75, 76, 77, 78-82, 124 |
| Charte de Communication Financière | 121-122 |
| Chevalier blanc | 102 |
| Ciblage des investisseurs | 126, 136-137 |
| Client | 61, 62, 84, 86, 128, 130, 137, 138, 149, 174, 184 |
| Clubs et Comités consultatifs | 140-141 |
| Code AFEP-MEDEF | 64, 67, 68, 70, 91, 164, 176 |
| Code de déontologie | 121-122 |
| Code Middlednext | 64 |
| Comité d'entreprise et Comité de groupe | 97, 101, 120 |

| | |
|---|--|
| Comité spécialisé | 23, 65-66, 121 |
| Communication interne | 119, 120 |
| Communiqué de presse | 17, 34-36, 40, 41, 44, 46, 53, 61, 62, 64, 65, 66, 70, 73, 74, 76, 78, 81, 82, 86, 87, 89, 90, 92, 94, 97, 98, 100, 101, 102, 103, 105, 106, 107, 109, 110, 111, 112, 130, 134, 138, 145, 146, 148, 150, 159, 160 |
| Conditions suspensives | 88, 89, 90, 93, 94 |
| Conférences | 119, 133, 138, 146, 149 |
| Conférences téléphoniques / <i>calls</i> | 134, 142, 145-146 |
| Conseil d'administration et Conseil de surveillance | 16, 33, 34, 35, 37, 38, 39, 44, 48, 58, 64, 65, 66, 68, 69, 70, 80, 100, 101, 103, 122, 124, 143, 148, 150, 156, 178, 184, 186 |
| Consensus | 60, 145, 148-149 |
| Contacts téléphoniques et électroniques | 140, 148 |
| Contrat | 20, 21, 22, 53, 61, 71, 90, 94, 107, 110, 124 |
| Contrat de financement | 108-109, 110 |
| Contrat de liquidité | 79, 81-82, 166 |
| <i>Corporate access</i> | 133 |
| <i>Corporate Disclosure Policy</i> | 121 |
| <i>Covenants</i> bancaires | 53, 110 |

D I

| | |
|--|--|
| <i>Data room</i> | 88-89 |
| Date de clôture | 52, 58, 153 |
| Délit d'initié / manquement d'initié | 17, 179-180 |
| Démission d'un dirigeant | 39, 64, 65 |
| Dépôt au Greffe | 27, 43-44 |
| Dépôt d'une offre publique | 87, 96, 99, 100, 103, 165 |
| Dettes obligataires | 109, 110 |
| Diffusion de l'information réglementée | 16, 17, 18, 19, 24-25, 33, 35, 40, 41, 43, 44, 46, 74, 78, 79, 80, 89, 92, 97, 98, 101, 102, 103, 104, 105, 109, 110, 134, 147, 159, 162, 164, 165, 186 |
| Diffusion d'études d'analystes | 148 |
| Direction générale | 38, 65, 66, 116, 120, 121, 136, 140, 148, 150, 179, 182 |
| Directive Prospectus | 104, 106, 107, 108, 109, 161, 180-181, 187 |
| Directive Transparence | 6, 26, 40, 47, 118, 144, 159, 181 |
| Directoire | 35, 36, 58, 65, 66, 69, 76, 80, 122, 124, 157, 178, 181 |
| Dirigeants | 7, 9, 15, 36, 40, 57, 60, 64, 65, 67-68, 69, 70, 71, 91, 100, 115, 121, 122, 123, 124, 126, 132-133, 135, 136, 137, 138, 143, 147, 148, 150, 156, 162, 164, 166, 181 |
| Dividendes | 40, 82-84, 131, 167 |
| Document de référence | 6, 33, 39, 41-42, 43, 44, 46, 51, 52, 56, 58, 64, 65, 66, 67, 69, 76, 77, 78, 84, 85, 86, 98, 102, 104, 108, 110, 111, 131, 139, 151-160, 185, 187 |
| Données financières estimées | 56, 58-59, 163 |
| Droits de vote | 16, 38, 39, 74, 75, 76, 77, 81, 96, 97, 100, 141, 153, 175 |

E I

| | |
|-------------------------------|---------|
| Embargo | 122 |
| Émission de dette obligataire | 109-110 |
| Enquêtes de perception | 149 |
| Entretiens téléphoniques | 134 |

F I

| | |
|------------------------------------|---|
| <i>Feedbacks</i> | 127, 137, 138, 149 |
| Fenêtres négatives | 22, 35, 81, 123-124 |
| <i>Field trips</i> | 139 |
| Fonds « activistes » | 129 |
| Fonds « passifs » | 129 |
| Franchissement de seuil légal | 15, 16, 24, 40, 74-76, 81, 127, 156, 165, 166 |
| Franchissement de seuil statutaire | 77, 127, 156 |
| Fuites | 87 |
| Fusion | 21, 87, 92, 93, 146, 175, 176, 178, 180 |

G I

| | |
|---------|---------------------------------|
| Gérants | 35, 115, 128-129, 132, 137, 138 |
| Grève | 62 |

H I

| | |
|---|----|
| Honoraires des Commissaires aux comptes | 43 |
|---|----|

I I

| | |
|--|---|
| Indemnités | 38, 39 |
| Identification de l'actionnariat | 127 |
| Indicateurs alternatifs de performance | 6, 18, 34, 48-49, 165 |
| Information extra-financière | 6, 37, 39, 53-55, 129 |
| Information périodique | 14-15, 17, 19, 25, 27, 33, 35, 36, 47, 53, 58, 64, 65, 66, 67, 76, 77, 84, 85, 86, 90, 108, 110, 111, 118, 121, 139, 163-165, 166, 167, 181 |
| Information permanente | 15, 17, 19, 20, 22, 24, 25, 47, 48, 59, 60, 62, 63, 71, 82, 83, 87, 121, 122, 123, 136, 144, 147, 162, 163, 166, 167, 175, 181 |
| Information réglementée | 6, 16-17, 24, 25-26, 27, 33, 35, 37, 40, 42, 44, 46, 60, 72, 74, 78, 80, 81, 82, 89, 92, 97, 102, 105, 110, 120, 132, 145, 154, 159, 160, 164, 186 |
| Informations privilégiées | 16, 17, 19-26, 35, 48, 59, 60, 62, 71, 73, 81, 82, 83, 87, 88, 89, 116, 121, 122, 123, 124, 130, 133, 134, 136, 144, 145, 147, 165, 166, 167, 175, 179, 180, 182, 186 |

| | |
|--|-----------------------|
| Informations pro forma | 50-52, 90, 152, 158 |
| Informations prospectives | 56-58, 158 |
| Informations trimestrielles | 47, 48, 49, 118, 123 |
| Instances Représentatives du Personnel | 119, 120 |
| Introduction en bourse (IPO) | 27, 112-114, 122, 184 |
| Investissement industriel | 61 |
| <i>Investor day</i> | 138 |
| ISR | 116, 129, 136, 151 |

LI

| | |
|---------------------------------------|---------------------------|
| Langue de la communication financière | 26-29, 104, 144 |
| Lettre aux actionnaires | 139, 141, 183, 187 |
| Licence | 62 |
| Licenciements | 62 |
| Listes d'initiés | 22, 23, 121, 124-125, 167 |
| Litiges | 84-86, 153 |

MI

| | |
|--|---------------------------------------|
| Marché du titre | 150 |
| Marketing financier et ciblage des investisseurs | 62, 116, 119, 126, 128, 136, 137, 144 |
| Médias | 24, 25, 120, 123 |
| Médias sociaux | 87, 147 |
| Mise en examen d'un dirigeant | 66 |

NI

| | |
|---------------------------|--|
| Nominatif | 127, 132, 139, 141, 142, 163, 187 |
| Nomination d'un dirigeant | 39, 64-65, 76, 100, 174 |
| Notation | 111, 125, 129-130, 135, 138, 145, 174 |
| Note d'information | 95, 97-98, 99, 100, 102, 112, 113, 184-185 |
| Note d'opération | 113, 151, 184-185 |

OI

| | |
|--------------------------|--|
| Objectifs de résultats | 21, 34, 37, 53, 57, 59, 60 |
| Objectifs de cours | 128, 174 |
| Offre publique | 39, 72, 87, 88, 95-103, 108, 165, 177, 184 |
| <i>One-on-one</i> | 135, 138, 146, 149 |
| Organisation sectorielle | 49 |

PI

| | |
|---|-------|
| Pacte d'actionnaires concernant l'émetteur | 77 |
| Pacte d'actionnaires concernant une filiale | 77-78 |

| | |
|---|--|
| Partenariat | 61, 140 |
| Périmètre de l'émetteur | 34, 50, 51, 54, 90, 152, 153 |
| Période d'abstention | 81 |
| Plan d'Épargne Entreprise (PEE) | 62, 107 |
| Plan social | 62, 86 |
| Plan de vigilance | 40, 55 |
| Porteur | 127, 132, 139, 141, 182, 187 |
| Prévisions | 34, 49, 56, 57, 58, 60, 128, 148, 149, 162 |
| <i>Private Investment in Public Equity (PIPE)</i> | 106 |
| <i>Profit warning</i> | 59, 175 |
| Prospectus | 16, 17, 19, 27-29, 41, 48, 49, 51, 52, 56, 57-58, 59, 88, 103, 104, 105, 106, 107-108, 109-110, 113, 151, 154, 160, 161, 162, 165, 181, 185, 187 |
| <i>Proxy</i> | 142, 154, 185 |
| Publications périodiques | 34, 48, 53, 119, 164 |
| <i>Put</i> | 75, 96 |

Q I

| | |
|--|-----------------------------|
| Q&A | 23, 82, 133, 134, 145, 185 |
| Questions écrites et orales des actionnaires | 73, 135, 140, 143, 146, 149 |
| <i>Quiet period</i> | 113, 121, 122-123, 134 |

R I

| | |
|-----------------------------------|---|
| Rachat d'actions | 78, 79, 80, 81, 155, 166 |
| Rapport financier annuel | 14, 16, 19, 26, 33, 35, 36-41, 43, 45, 46, 78, 84, 86, 131, 139, 154, 155, 156, 158, 159, 177, 178, 180 |
| Rapport financier semestriel | 14, 16, 26, 44, 45-46, 158, 159 |
| Rapport intégré | 4, 33, 42, 156, 157, 187 |
| Rapprochement avec un tiers | 93-95 |
| Relations Presse | 119, 120 |
| Rémunération des dirigeants | 36, 64, 67-70, 143, 164 |
| Renégociation globale de la dette | 111 |
| Renonciation à l'offre publique | 98 |
| Réorganisation interne | 92-93 |
| Réseaux sociaux | 24, 119, 121, 140, 146-147 |
| Résultats annuels | 33-44, 82, 118, 123, 134 |
| Résultats semestriels | 44-47, 57, 82, 118 |
| Retraitement comptable | 53 |
| Réunion d'information | 33, 35, 44, 134-135 |
| Réunions périodiques | 139, 140 |
| <i>Reverse roadshows</i> | 137 |
| Risques | 4, 36, 37, 46, 47, 54, 55, 65, 70, 84-86, 89, 90, 93, 95, 100, 103, 104, 120, 128, 147, 153, 157, 159, 164, 176, 179 |

| | |
|------------------|---|
| <i>Roadshows</i> | 105, 114, 127, 130, 133, 135, 136-137, 142, 149 |
| Rumeurs | 22, 87, 96, 99, 114, 147 |

S I

| | |
|------------------------------|---|
| <i>Say on pay</i> | 6, 68 |
| Scission (<i>Spin-off</i>) | 21, 50, 92-94, 180 |
| <i>Sell-side</i> | 35, 128, 137, 138, 148, 174 |
| Sentiment du marché | 148 |
| Service Titres | 127, 141, 187 |
| Site de production | 61 |
| Site Internet de l'émetteur | 34, 35, 45, 46, 47, 60, 67, 72, 80, 159 |
| Site Internet de l'AMF | 42, 71, 74, 98, 100, 109 |
| <i>Stock options</i> | 67 |
| Surenchère | 98, 99, 103 |

T I

| | |
|-----------------------------|-----------------------------------|
| Transactions des dirigeants | 15, 71, 78, 80, 85, 102, 124, 162 |
| Titrisation | 108, 112 |

V I

| | |
|----------------------------------|---|
| Valeurs moyennes | 14, 41, 64, 67, 132, 143, 152, 153, 154, 162, 164, 182, 183 |
| Veille concurrentielle boursière | 149 |
| Versement du dividende | 82 |
| Vidéo conférences | 146 |
| Visites de sites | 139, 140 |
| Vote par internet | 143 |

W I

| | |
|----------------|------------------|
| <i>Webcast</i> | 35, 36, 135, 146 |
|----------------|------------------|

Lexique

Agence de notation

Organisation indépendante dont le métier est d'apprécier la qualité de la situation financière d'un émetteur et notamment son risque de solvabilité. La notation qui est établie selon un barème propre à chaque agence peut avoir un impact direct sur les conditions de financement de l'émetteur sur les marchés de la dette. Les principales agences de notation telles que Fitch Ratings, Moody's et Standard & Poor's sont internationales. Certaines agences se sont spécialisées dans la notation sociétale et environnementale des émetteurs.

Le Parlement européen a adopté le 16 janvier 2013 une directive modifiant le règlement de 2009 visant à encadrer et à surveiller les agences de notation, notamment en réduisant la dépendance des régulateurs et des investisseurs à l'égard de la notation, en luttant plus efficacement contre les conflits d'intérêt, en stimulant la concurrence entre les agences et en instaurant de nouvelles règles spécifiques à la notation des dettes souveraines.

Analyste financier

Les analystes financiers sont des personnes physiques ou morales qui exercent l'activité d'analyse financière telle que définie à l'article L. 544-1 du Code monétaire et financier.

De manière générale, l'activité d'analyse financière consiste à exploiter et interpréter les données économiques et financières des sociétés cotées, en vue de formuler et de diffuser au public et/ou à des clients un jugement global sur leur situation actuelle et une opinion sur leur évolution prévisible sous forme d'objectifs de cours et de recommandations d'investissement. L'analyste financier est dit « *sell-side* » s'il travaille pour une société d'intermédiation boursière et s'il diffuse auprès de ses clients ses recommandations sur des titres ; et « *buy-side* » s'il est rattaché à une activité de gestion de portefeuille et s'il travaille exclusivement pour ses employeurs.

Depuis la loi de sécurité financière du 1^{er} août 2003, cette activité est encadrée, en France, afin, notamment, de prévenir les abus de marché (articles 315-1 et suivants du règlement général de l'AMF). La Directive Abus de Marché de 2003 a également renforcé la réglementation applicable aux analystes financiers en édictant des règles destinées à assurer la présentation équitable des recommandations et en rendant obligatoire la mention des éventuels intérêts ou conflits d'intérêts avec l'émetteur.

Assemblée générale

Réunion privée qui rassemble au moins une fois par an l'ensemble des actionnaires de la société.

- L'Assemblée Générale Ordinaire (AGO) doit avoir lieu dans les six mois qui suivent la clôture de l'exercice social : elle est l'occasion pour les instances dirigeantes de rendre compte de leur gestion. Les actionnaires statuent sur les comptes, la fixation du dividende et, périodiquement, les nominations ou renouvellements des instances dirigeantes.

- L'Assemblée Générale Extraordinaire (AGE) peut être convoquée à tout moment pour la prise d'une décision entraînant notamment une modification des statuts ou pour solliciter l'autorisation d'augmenter le capital social par le biais d'émission de titres.
- Une Assemblée Générale Mixte (AGM) combine les deux précédentes à une même date.

Pour délibérer valablement, l'Assemblée doit comporter des actionnaires présents ou représentés représentant un certain nombre d'actions et de droits de vote (quorum). Le quorum requis sur première convocation de l'Assemblée Générale Ordinaire est de 20 % des actions ayant le droit de vote, sur deuxième convocation, aucun quorum n'est requis (article L. 225-98 du Code de commerce). Le quorum requis sur première convocation de l'Assemblée Générale Extraordinaire est de 25 % des actions ayant le droit de vote et de 20% sur seconde convocation (article L. 225-96 du Code de commerce). Dans les sociétés n'ayant pas fait d'offre au public, et dont aucun titre n'est admis aux négociations sur un marché réglementé, les statuts peuvent prévoir un quorum plus élevé.

Par ailleurs, les conditions de majorité requises pour adopter une résolution varient selon qu'il s'agit d'une décision relevant de la compétence de l'AGO ou de l'AGE. Les décisions relevant de la compétence de l'AGO sont prises à la majorité simple des actions présentes ou représentées (i.e. 50 % plus une voix). Les décisions relevant de la compétence de l'AGE sont prises à la majorité des 2/3 des actions présentes ou représentées.

Autorité des Marchés Financiers («AMF»)

Autorité boursière unique, créée par la loi de sécurité financière du 1^{er} août 2003 et résultant de la fusion de la COB (Commission des Opérations de Bourse), du CMF (Conseil des Marchés Financiers) et du CDGF (Conseil de Discipline de la Gestion Financière), l'AMF a pour mission de veiller :

- à la protection de l'épargne investie dans les instruments financiers et de tout autre placement donnant lieu à une offre au public ;
- à l'information des investisseurs ;
- au bon fonctionnement des marchés d'instruments financiers.

L'AMF dispose d'un pouvoir réglementaire, de contrôle et de sanction ainsi que d'un pouvoir de décision individuelle.

Avertissement sur les résultats ou *Profit warning*

Communication publiée par un émetteur afin d'informer le marché que ses perspectives financières doivent être modifiées, à la hausse ou à la baisse qui peut avoir une incidence importante sur le cours de bourse de l'émetteur et en cela peut constituer une information privilégiée tant qu'elle n'est pas rendue publique. L'avertissement sur les résultats relève de l'article 17.1 du Règlement Abus de marché et du chapitre III «Information permanente» du Livre II, Titre II du Règlement Général de l'AMF et notamment de son article 223-2.

Avis financier

Support de communication faisant l'objet d'achat d'espaces payants dans des médias écrits ou audio. Deux types d'avis financiers peuvent être distingués : ceux qui répondent à des obligations réglementaires et ceux qui sont publiés à l'initiative de l'émetteur et qui concernent toute information permettant une bonne appréciation de sa valeur par ses publics (résultats, stratégie, gouvernement d'entreprise, événements liés à l'activité...) et qui constituent la publicité financière.

Capital social

Notion juridique et comptable qui correspond à une partie des capitaux propres apportés par les actionnaires lors de la création de la société ou lors d'augmentations de capital subséquentes. Le solde des capitaux propres est notamment composé des primes d'émission, d'apports et/ou de fusion.

Code AFEP-MEDEF

Code de gouvernement d'entreprise des sociétés cotées élaboré par l'Association Française des Entreprises Privées (AFEP) et le Mouvement des Entreprises de France (MEDEF). Ce code agrège et met en perspective l'ensemble des principes de bon fonctionnement et de transparence des sociétés cotées.

Commissaire aux comptes

La mission légale du commissaire aux comptes est de certifier que les comptes d'une société sont réguliers et sincères, et qu'ils donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé, ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la société à la fin de cet exercice. La certification des comptes porte à la fois sur les comptes annuels et sur les comptes consolidés.

Lors de l'assemblée générale d'approbation des comptes, le commissaire aux comptes présente aux actionnaires son rapport de certification sur les comptes annuels et, le cas échéant, sur les comptes consolidés (article L. 823-9 du Code de commerce), ainsi que son rapport spécial sur les conventions réglementées. Par ailleurs, il établit un rapport sur les informations contenues dans le rapport sur le gouvernement d'entreprise et ne traite donc plus des informations relatives aux procédures de contrôle interne et de gestion des risques (article L. 225-235 du Code de commerce). Selon la CNCC (Communiqué du 31 janvier 2018), le commissaire aux comptes n'est pas obligé d'établir un rapport spécifique, il peut formuler ses conclusions dans le rapport sur les comptes annuels. Le commissaire aux comptes peut également être appelé à intervenir occasionnellement et établir un rapport spécial dans certaines situations prévues par la loi (augmentations de capital, émission de valeurs mobilières etc.).

Le commissaire aux comptes est nommé pour six exercices par l'Assemblée Générale Ordinaire. L'AMF est par ailleurs informée des propositions de nomination ou de renouvellement des commissaires aux comptes et peut faire toute observation qui sera alors portée à la connaissance de l'Assemblée générale.

Les commissaires aux comptes ont un devoir d'information de l'AMF notamment lorsqu'ils ont l'intention de refuser la certification des comptes, déclenchent la phase 2 de la procédure d'alerte, et lorsqu'ils signalent des irrégularités et inexactitudes à l'assemblée générale.

La profession est supervisée par le Haut Conseil du Commissariat aux Comptes (H3C).

Communiqué

Support de communication des sociétés cotées faisant l'objet d'une diffusion électronique et au travers des grandes agences de presse. Son utilisation s'est trouvée accrue du fait des obligations de transparence sur les marchés réglementés, dans le cadre de l'Information obligatoire.

Les communiqués doivent être transmis à l'AMF au plus tard en même temps que leur diffusion sur le marché. Seuls les communiqués promotionnels intervenant en période d'offre publique ou en période de pré-offre doivent être transmis à l'AMF préalablement à leur diffusion (articles 212-28 et 231-36 du Règlement général de l'AMF).

Comptes annuels ou comptes sociaux

Les comptes annuels, communément appelés « comptes sociaux », désignent les comptes d'une société et n'incluent pas les comptes de ses éventuelles filiales contrairement aux comptes consolidés.

Les comptes annuels sont généralement établis suivant les principes comptables français et comprennent des états de synthèse et des notes annexes, l'ensemble formant un tout indissociable.

Les sociétés cotées sur un marché réglementé doivent publier leurs comptes annuels dans le cadre du rapport financier annuel qui doit être diffusé dans les quatre mois qui suivent la clôture de l'exercice. Par ailleurs, un avis doit être publié au BALO dans les 45 jours de l'Assemblée annuelle, indiquant que les comptes ont été approuvés par l'Assemblée générale.

Comptes consolidés

Les comptes consolidés ont pour objet de présenter la situation financière d'un groupe de sociétés comme si celles-ci ne formaient qu'une seule et même entité et font l'objet des articles L. 233-16 et suivants du Code de commerce).

Pour les sociétés cotées sur un marché réglementé, les comptes consolidés doivent être établis en normes IFRS, dès lors qu'elles contrôlent de manière exclusive ou conjointe une ou plusieurs autres entreprises ou qu'elles exercent une influence notable sur celles-ci. Les comptes consolidés sont composés d'états de synthèse et de notes annexes, l'ensemble formant un tout indissociable.

Depuis la révision de la norme IAS 1 en 2007, les états de synthèse sont constitués de :

- l'état de la situation financière (bilan) ;
- l'état du résultat global (compte de résultat et éléments comptabilisés directement en capitaux propres) ;
- le tableau de variation des capitaux propres ;
- le tableau des flux de trésorerie.

Les sociétés cotées sur un marché réglementé doivent publier leurs comptes consolidés dans le cadre du rapport financier annuel qui doit être diffusé dans les quatre mois qui suivent la clôture de l'exercice. Par ailleurs, un avis doit être publié au BALO dans les 45 jours de l'assemblée annuelle indiquant que les comptes ont été approuvés par l'Assemblée générale.

Conseil d'administration

Organe collégial de direction des sociétés anonymes composé de trois membres au moins et de dix-huit au plus (ce nombre peut être porté à vingt-quatre en cas de fusion, que la société soit cotée ou non). Le Conseil d'administration détermine les orientations de l'activité de la société et veille à leur mise en oeuvre. Sous réserve des pouvoirs expressément attribués aux Assemblées Générales et dans la limite de l'objet social, il peut se saisir de toutes les questions intéressant la bonne marche de la société et régler les affaires qui la concernent.

Sauf disposition contraire des statuts, le règlement intérieur peut prévoir la tenue des Conseils d'administration par des moyens de visioconférence ou de télécommunication, hormis pour l'établissement des comptes sociaux et consolidés et du rapport de gestion.

Le Conseil d'administration correspond à la structure de direction classique des sociétés anonymes.

Les sociétés anonymes ont la possibilité d'opter pour une structure de direction de type dualiste dans laquelle le Conseil d'administration est remplacé par un Directoire et un Conseil de surveillance.

Conseil de surveillance

Organe collégial de surveillance des sociétés anonymes ayant adopté une structure de direction de type dualiste, il est composé de trois membres au moins et de dix-huit au plus (ce nombre peut être porté à vingt-quatre en cas de fusion que la société soit cotée ou non). A la différence du Conseil d'administration, le conseil de surveillance a seulement pour mission de contrôler la gestion de la société effectuée par le Directoire.

À ce titre, notamment, le Conseil de surveillance vérifie et contrôle les comptes établis par le Directoire, et peut, à toute époque de l'année, opérer les vérifications et les contrôles qu'il juge opportun et se faire communiquer les documents qu'il estime nécessaires à l'accomplissement de sa mission. Enfin, le Directoire est tenu de

présenter un rapport au Conseil de surveillance au moins une fois par trimestre. Sauf disposition contraire des statuts, le règlement intérieur peut prévoir la tenue des Conseils de surveillance par des moyens de visioconférence ou de télécommunication, hormis pour le contrôle et la vérification des comptes annuels.

Depuis le 1^{er} janvier 2009, la loi n'impose plus aux membres du Conseil de surveillance d'avoir la qualité d'actionnaire.

Contrôle interne

Dispositif d'une société destiné à assurer la conformité aux lois et règlements, l'application des instructions et orientations fixées par la Direction Générale, le bon fonctionnement des processus internes de la société, la fiabilité des informations financières, et qui contribue, d'une manière générale, à la maîtrise de ses activités, à l'efficacité de ses opérations et à l'utilisation efficiente de ses ressources.

Les sociétés ayant des titres cotés sur un marché réglementé doivent établir un rapport sur le gouvernement d'entreprise rendant compte des conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseil, et un rapport de gestion indiquant les procédures de gestion des risques et de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

L'ordonnance du 8 décembre 2008 impose aux comités d'audit d'assurer le suivi de l'efficacité des systèmes de contrôle interne.

Délit d'initié / Manquement d'initié

Délit incriminé par les articles L.465-1 et suivants du Code monétaire et financier pouvant donner lieu à une peine d'emprisonnement de 5 ans et à une amende de 100 millions d'euros (dont le montant pourra être porté jusqu'au décuple du montant du profit réalisé). Le délit d'initié est constitué par la réalisation par les « initiés » d'une ou plusieurs opérations sur la base d'informations privilégiées avant que le public ait connaissance de ces informations ou la transmission de ces informations à des tiers. Le champ d'application de ce délit comprend également les personnes autres que les « initiés » ayant exploité en connaissance de cause des informations privilégiées. Les mêmes faits peuvent constituer une infraction pénale et une violation du Règlement général de l'AMF visant le manquement d'initiés : néanmoins, le Conseil constitutionnel, dans une décision du 18 mars 2015, a exclu le cumul des poursuites et des sanctions pénales et administratives en matière d'opérations d'initiés. La loi n°2016-819 du 21 juin 2016 a réformé le système de répression des abus de marché en créant un dispositif d'« aiguillage », organisant une concertation entre le procureur de la République financier et le collègue de l'AMF.

Manquement d'initié : régi par l'article L. 465-1 du Code monétaire et financier, le manquement d'initié est défini comme le fait d'utiliser une information privilégiée en acquérant ou en cédant (ou en tentant de le faire) pour son propre compte ou pour le compte d'autrui, les instruments financiers auxquels se rapporte cette information. Par opposition au délit d'initié qui prend en compte l'intention de la personne en cause,

un manquement est constitué dès lors que la personne en cause a enfreint l'interdiction posée par le Code monétaire et financier, indépendamment du point de savoir si elle a agi délibérément ou non.

Dépôts légaux

BALO (Bulletin des Annonces Légales Obligatoires) : publication et section du Journal Officiel de la République Française paraissant les lundi, mercredi et vendredi et toutes les fois où l'administration des journaux officiels l'estime nécessaire. Les annonces légales qui y sont publiées sont consultables dès le jour de leur parution sur le site <http://balo.journal-officiel.gouv.fr>.

Les sociétés cotées sur un marché réglementé sont tenues de publier au BALO :

- un avis, dans les 45 jours de l'Assemblée annuelle, indiquant que les comptes ont été approuvés sans modification par l'Assemblée générale et rappelant la date de diffusion du rapport financier annuel ou, en cas de modification par rapport aux comptes publiés dans le rapport financier annuel, les comptes annuels et les comptes consolidés approuvés, revêtus de l'attestation des commissaires aux comptes ainsi que, la décision d'affectation du résultat.
- un certain nombre d'informations, telles que les convocations aux assemblées (date de l'assemblée, lieu, ordre du jour, projets de résolutions, etc.), les projets de fusion ou scission, les projets de réduction de capital par rachat d'actions, certaines opérations sociales liées aux obligataires (désignation des représentants de la masse des obligataires...), l'ouverture d'une procédure de liquidation.

Directive Abus de Marché

Directive 2003/6/CE du 28 janvier 2003 instaurant au niveau communautaire un régime unique de lutte contre l'exploitation d'informations privilégiées relatives aux sociétés cotées, les opérations d'initiés, la manipulation de cours et la diffusion de fausse information.

Les dispositions de la directive Abus de marché ont notamment été transposées en droit français par la loi du 20 juillet 2005, la loi Breton (du 26 juillet 2005) et le Règlement général de l'AMF (modifications par arrêté du 1^{er} septembre 2005).

Les dispositions de la Directive Abus de marché ont été abrogées par l'entrée en vigueur le 3 juillet 2016 du Règlement Abus de marché. Est également entrée en vigueur le 3 juillet 2016 la nouvelle directive relative aux abus de marché (Directive 2014/57/UE du 16 avril 2014 relative aux sanctions pénales applicables aux abus de marché).

Directive Prospectus

Directive 2003/71/CE harmonisant au niveau communautaire le régime applicable au prospectus à diffuser par les émetteurs qui réalisent une offre au public.

La directive Prospectus a été transposée en droit français par la loi Breton (26 juillet 2005) et le nouveau Règlement général de l'AMF (homologué par arrêté du 1^{er} septembre 2005). Un règlement européen pris en application de la directive

Prospectus fixe le contenu et la structure des prospectus. Ce règlement est applicable en France depuis le 1^{er} juillet 2005.

La directive Prospectus sera remplacée par le Règlement (UE) 2017/1129 (UE) du 14 juin 2017 quand ce dernier entrera en vigueur le 21 juillet 2019.

Directive Transparence

Directive 2004/109/CE unifiant les exigences d'information périodique et permanente des sociétés cotées sur les marchés réglementés européens en prévoyant principalement :

- des rapports financiers annuels et semestriels plus détaillés et comprenant une attestation des dirigeants ;
- une meilleure information sur les intérêts des principaux actionnaires ;
- une publication de l'information plus étendue (ensemble de l'Union) et plus rapide pour permettre un accès non discriminatoire, en temps utile pour les investisseurs.

Ces dispositions ont été transposées en droit français par la loi Breton, et sont applicables depuis le 20 janvier 2007.

La directive Transparence révisée (2013/50/UE) est entrée en vigueur fin 2015.

Directoire

Organe collégial de direction dans le cadre des sociétés anonymes dites à Directoire et Conseil de surveillance. Le Directoire exerce ses fonctions sous le contrôle d'un Conseil de surveillance. Le nombre de ses membres ne peut pas être supérieur à cinq, toutefois, il est porté à sept lorsque les actions de la société sont admises aux négociations sur un marché réglementé.

Doctrines de l'AMF

L'AMF publie différents textes de doctrine éclairant certaines interprétations des règlements applicables ou favorisent certaines bonnes pratiques à observer. Ces textes respectent une hiérarchie établie.

L'instruction constitue l'interprétation des dispositions du règlement général de l'AMF et précise leurs modalités d'application ainsi que leurs conditions de mise en œuvre. Elle informe les acteurs de marché des procédures à suivre et des règles à appliquer. La position constitue une interprétation des dispositions législatives et réglementaires entrant dans le champ de compétence de l'AMF. Elle indique la manière dont l'AMF les applique à des cas individuels et est extériorisée dans un souci de transparence et de prévisibilité.

La recommandation est une invitation à adopter un comportement ou à se conformer à une disposition, que l'AMF considère comme susceptibles de faciliter la réalisation des objectifs, normes ou principes généraux relevant de son champ de compétence. Néanmoins, la recommandation n'exclut pas que d'autres comportements ou dispositions soient également compatibles avec ces normes ou ces principes généraux. Elle ne revêt donc pas de caractère impératif. Toutefois, le fait de se conformer à une recommandation contribue généralement à nourrir une présomption

de conformité à la réglementation. Dans certains cas, les dispositions d'une recommandation peuvent, compte tenu des circonstances de l'espèce, constituer l'un des éléments d'appréciation pris en compte dans le traitement d'un cas individuel, par exemple une demande de visa ou d'agrément. Mais d'une manière générale, le non-respect d'une recommandation ne peut, en lui-même, caractériser une violation de la réglementation.

La pratique de marché admise par l'AMF, dont le champ ne concerne que les manipulations de marché, permet d'instaurer une présomption de légitimité à l'égard des acteurs de marché qui s'y conforment.

Émetteur

Personne morale (les entreprises, l'Etat et les collectivités locales) à l'origine d'une création de titres diffusés dans le public par voie de souscription.

Entretien particulier ou «one on one»

Réunion entre un représentant d'un émetteur (généralement le responsable des Relations Investisseurs et / ou un ou plusieurs membres de la direction générale / financière) et un représentant d'une institution financière (gérant et / ou analyste *buy-side*) ou d'un investisseur institutionnel. L'émetteur doit respecter, au cours de ces entretiens, l'égalité d'information des investisseurs et ne pas communiquer d'information privilégiée.

Euroclear

Système mondial de règlement/livraison pour les transactions domestiques et internationales sur obligations, sur actions et sur fonds d'investissement. Euroclear propose ses services aux principales institutions financières dans plus de 80 pays. Il a le rôle de premier Dépositaire Central International de Titres (ICSD) mais assume également le rôle de Dépositaire Central de Titres (CSD) pour les valeurs mobilières britanniques, françaises, irlandaises, néerlandaises et belges.

Euroclear France est le dépositaire central français qui conserve les valeurs mobilières et gère le dénouement des transactions. À ce titre, il propose notamment aux sociétés d'identifier leurs actionnaires dont les titres sont au porteur, par le biais de la procédure du Titre au Porteur Identifiable (TPI).

Gouvernance / Gouvernement d'entreprise

La gouvernance d'entreprise est l'ensemble des processus, réglementations, lois et institutions influant la manière dont l'entreprise est dirigée, administrée et contrôlée. Les deux principaux codes de gouvernement d'entreprise existants sont ceux de l'AFEP-MEDEF pour les grandes entreprises et de Middledex pour les valeurs moyennes et petites.

Le rapport sur le gouvernement d'entreprise doit préciser à quel code de gouvernement d'entreprise l'entreprise se réfère, les dispositions qui ont été écartées et les raisons pour lesquelles elles l'ont été (principe du «*comply or explain* »).

IASB (*International Accounting Standards Board*)

Créé en 1973 par les instituts comptables de 9 pays, dont la France, l'IASB (*International Accounting Standards Board*) qui a repris la succession de l'*International Accounting Standards Committee* à la suite de la réforme de ce dernier, en 2001) a pour objectifs d'élaborer et de publier des normes internationales d'information financière pour la présentation des états financiers, ainsi que de promouvoir leur utilisation et leur généralisation à l'échelle mondiale. Ces normes sont dorénavant appelées *International Financial Reporting Standards* ou IFRS (celles élaborées avant le 1^{er} avril 2001 restent intitulées *International Accounting Standards* ou IAS - normes comptables internationales).

L'IASB a également pour rôle de publier des interprétations qui sont développées par l'*International Financial Reporting Interpretations Committee* - IFRIC - et qui sont dénommées IFRIC (antérieurement *Standing Interpretations Committee* - SIC). Ces interprétations servent à préciser le traitement comptable applicable pour une opération/transaction donnée lorsque les normes développées ne sont pas suffisamment précises en la matière.

IFRS (*International Financial Reporting Standards*)

Nouvelles normes comptables internationales établies par l'IASB (*International Accounting Standards Board*).

Le règlement européen « IFRS 2005 » (CE n°1606/2002) impose aux sociétés européennes cotées de publier, à partir du premier exercice ouvert à compter du 1^{er} janvier 2005, leurs comptes consolidés en IFRS. Il prévoit que les États membres puissent autoriser ou obliger les sociétés autres que cotées à préparer leurs comptes consolidés en IFRS à compter du 1^{er} janvier 2005. En France, cette option a été offerte aux sociétés non cotées (ordonnance du 20 décembre 2004).

Le règlement offre également aux États membres plusieurs options dont celles d'autoriser ou d'obliger toutes les sociétés cotées ou non, à préparer leurs comptes individuels en IFRS. En France, cette option n'a pas été retenue. Les comptes sociaux doivent être établis selon le PCG (Plan Comptable Général).

Lettre aux actionnaires

Support de communication dont l'objectif est d'informer de manière pédagogique les actionnaires individuels sur les grands événements de la société, sa stratégie, ses résultats commerciaux, financiers, boursiers, ses nouveaux produits. Sa périodicité est variable, généralement semestrielle.

Middlenext

Association professionnelle française indépendante créée en 1987 regroupant des valeurs moyennes et petites (capitalisation boursière \leq 1 milliard d'euros) cotées sur Euronext ou Euronext Growth.

MIF

Textes sur les Marchés d'Instruments Financiers (MIF 2) ou *Markets in Financial Instruments Directive (MiFID)* et *Markets in Financial Instruments Regulation (MiFIR)*

La directive MIF 1 de 2007 a instauré au niveau européen un cadre réglementaire régissant l'exécution organisée des transactions des investisseurs par les bourses, les autres plates-formes de négociation et les entreprises d'investissement. À ce titre, elle met en place, entre autres, un agrément unique pour les entreprises d'investissement afin de leur permettre de travailler dans toute l'Union Européenne avec un minimum de formalités tout en renforçant la protection des clients.

En mai 2014, les législateurs européens ont adopté un nouveau cadre MIF 2 pour les marchés d'instruments financiers (sous la forme d'une directive révisée « MiFID 2 » et d'un règlement « MiFIR ». Ces deux textes se substituent à l'ancienne directive MIF de 2007. MiFIR est entrée en application le 3 janvier 2017, tandis que les textes prévoient que les États membres transposent MiFID 2 au plus tard le 3 juillet 2017, pour une entrée en application le 3 janvier 2018. Les principaux apports de MIF 2 à l'ancien cadre MIF 1 sont en lien avec la gouvernance des produits, les avantages et rémunérations des acteurs, la notion de « conseil indépendant », la structure de marché et la transparence, la publication et le *reporting* des transactions, le trading haute fréquence et le trading algorithmique et les produits financiers liés aux matières premières.

Nominal

La valeur nominale d'une action est la quote-part du capital social représentée par cette action.

Note d'information

Document d'information établi dans le cadre d'une offre publique (OPA, OPE, garantie de cours...) par l'initiateur d'une part et par la société cible d'autre part (« note en réponse »). Lorsque l'offre publique est une offre amicale, une note d'information conjointe peut être établie par l'initiateur de l'offre et la société cible.

La note d'information de l'initiateur décrit en particulier la teneur et les caractéristiques de l'offre ainsi que les objectifs et les intentions de l'initiateur.

La note d'information en réponse contient en particulier l'avis du Conseil d'administration ou de surveillance de la cible sur l'intérêt de l'offre et les conséquences de celle-ci pour la société visée, ses actionnaires et ses salariés.

Le contenu des notes d'informations est régi par les articles 231-18 et 231-19 du Règlement général de l'AMF et précisé par l'instruction AMF n°2016-04 du 21 octobre 2016.

Note d'opération

Document destiné à l'information du public établi dans le cadre d'une offre au public (introduction en bourse, augmentation de capital, émission d'obligations...) et

comprenant les informations relatives aux instruments financiers qui font l'objet de l'opération, des renseignements sur l'opération (calendrier de l'opération, modalités diverses,..), un rappel des caractéristiques principales de la société et, le cas échéant, des informations sur son activité et sa situation financière actualisant les données du document de référence.

La note d'opération, complétée du document de référence qui comprend les informations relatives à l'émetteur et un résumé, constituent ensemble le prospectus, visé par l'AMF, qui doit être publié préalablement à toute offre au public.

Prospectus

Document d'information relatif à une opération financière, composé d'un document de référence, d'une note d'opération et d'un résumé comportant les informations relatives au patrimoine, à l'activité, à la situation financière, aux résultats et aux perspectives de l'émetteur ainsi qu'une description des caractéristiques des titres offerts.

Le prospectus, soumis au visa de l'AMF, doit être établi par tout émetteur privé ou public, français ou étranger, en cas d'offre au public de titres financiers ou d'admission à la négociation sur un marché réglementé (sauf dérogations prévues par le Règlement Général de l'AMF).

Proxy advisors ou Proxy sollicitors (agences de conseil en vote)

Prestataire de services offrant aux investisseurs institutionnels des analyses des résolutions proposées aux Assemblées générales et des recommandations de vote à ces mêmes résolutions.

À côté de cette fonction d'analyse et de recommandation, le *proxy advisor* propose généralement des prestations logistiques en fournissant, *via* une interface électronique, les informations relatives aux Assemblées générales et en permettant de voter sur une plateforme électronique.

La nouvelle directive européenne sur les droits des actionnaires, adoptée au printemps 2017, qui devra être transposée par les États membres d'ici 2019, impose une plus grande transparence aux agences de conseil en vote. Il leur est ainsi demandé de publier la méthodologie et les sources d'information qu'elles utilisent pour élaborer leurs recommandations de vote, ainsi que leur politique de prévention et de gestion des conflits d'intérêts réels ou potentiels.

Q&A (Questions & Answers)

Document interne à l'émetteur généralement non publié et utilisé en préparation des différents événements de communication financière. Ce document synthétise les éléments de réponse que l'émetteur souhaite apporter aux différentes questions que pourraient lui poser ses publics financiers. Il est généralement utilisé comme guide d'entretien par les porte-paroles de l'entreprise.

Rapport sur le gouvernement d'entreprise

Document obligatoire pour les sociétés anonymes cotées ou non sur un marché réglementé, créé par l'ordonnance n° 2017-1162 du 12 juillet 2017 pour les exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2017.

Joint au rapport de gestion et établi par le conseil d'administration ou le conseil de surveillance de la société, il comprend des informations notamment sur :

- la politique de rémunération mise en œuvre (articles L. 225-37-2 et L. 225-82-2 du Code de commerce), notamment les projets de résolution soumis au vote *ex-ante* des actionnaires sur la rémunération des mandataires ;
- les rémunérations (article L. 225-37-3 du Code de commerce) incluant par exemple, la rémunération totale et les avantages de toute nature versés par la société durant l'exercice ou encore les engagements de toute nature pris par la société au bénéfice de ses mandataires sociaux ;
- la gouvernance (article L. 225-37-4 du Code de commerce) telles que la composition, ainsi que les conditions de préparation et d'organisation des travaux du conseil d'administration ou de surveillance ou les éventuelles limitations que le conseil d'administration apporte aux pouvoirs du directeur général ; et
- les éléments susceptibles d'avoir une incidence en cas d'OPA ou d'OPE (article L. 225-37-5 du Code de commerce).

En tant qu'information réglementée, il est soumis aux modalités de diffusion et d'archivage prévues par le Règlement général de l'AMF. Le commissaire aux comptes établit un rapport sur les informations contenues dans le rapport sur le gouvernement d'entreprise (article L. 225-235 du Code de commerce).

Règlement Abus de Marché (dit «MAR»)

Règlement (UE) n° 596/2014 du Parlement européen et du Conseil du 16 avril 2014 sur les abus de marché, entré en application le 3 juillet 2016 qui n'a pas apporté de modification significative à la définition d'information privilégiée telle qu'elle existait en France mais a notamment redéfini le périmètre d'application des abus de marché et significativement étendu la liste des mentions devant figurer dans la liste d'initiés.

Règlement général de l'AMF

Acte normatif de portée générale édicté par l'AMF et publié au Journal Officiel de la République Française après homologation par arrêté du ministre chargé de l'économie.

Le Règlement général de l'AMF fixe :

- les règles de fonctionnement de l'AMF (Livre I) ;
- les règles applicables aux émetteurs et à l'information financière (Livre II) ;
- les règles applicables aux prestataires (prestataires de service d'investissement, teneurs de compte conservateurs, compensateurs, etc.) (Livre III) ;
- les règles relatives aux produits d'épargne collective (Livre IV) ;
- les règles relatives aux infrastructures de marché (Livre V).

Le Livre VI, relatif aux abus de marché, a été abrogé par l'entrée en vigueur du Règlement sur les Abus de marché, qui est d'application directe.

Règlement Prospectus

Règlement communautaire n° 809/2004 en date du 29 avril 2004 pris en application de la Directive Prospectus.

Le Règlement Prospectus fixe, en particulier, la structure et les informations à inclure dans le prospectus, ainsi que ses modalités de mise à disposition du public.

Support de communication

Outil à disposition de l'entreprise pour communiquer. Les supports comprennent principalement :

- l'avis financier / la publicité financière ;
- le communiqué ;
- le guide de l'actionnaire / la lettre aux actionnaires ;
- le rapport annuel / le document de référence ;
- le rapport intégré ;
- le *slideshow* et les différentes présentations faites aux investisseurs ;
- le site Internet global ou dédié aux actionnaires et intermédiaires financiers.

La multiplication des supports de communication implique, pour les entreprises, d'être particulièrement vigilantes, d'une part sur la cohérence des informations entre ces différents supports, d'autre part sur le respect de l'égalité dans l'espace et le temps dans la diffusion de l'information. Concernant ce dernier point, le site Internet est un support de communication privilégié permettant de mettre rapidement à disposition des publics l'ensemble des informations d'actualité et historiques de manière exhaustive.

Titre au nominatif

Titre inscrit dans un compte ouvert au nom de son propriétaire et tenu par la société émettrice. Dans le cadre du « nominatif pur », la totalité du service titres est pris en charge par l'entreprise. Le « nominatif administré » signifie que la gestion du compte titres de la société est confiée à un intermédiaire financier.

Titre au porteur

Titre inscrit en compte, au nom de l'actionnaire, chez un intermédiaire financier habilité qui est le seul à connaître le nom du porteur sauf dans l'hypothèse de Titre au Porteur Identifiable.

TPI (Titre au Porteur Identifiable)

Enquête réalisée par Euroclear auprès des intermédiaires financiers détenant des titres d'une société, à la demande de celle-ci, à une date donnée, et qui permet d'obtenir les coordonnées et le nombre de titres détenus par les actionnaires identifiés.

Le coût de cette enquête est proportionnel au nombre d'actionnaires identifiés, les intermédiaires financiers interrogés étant rémunérés en fonction du nombre de détenteurs déclarés avec un minimum garanti. L'entreprise peut réaliser une enquête exhaustive ou établir des seuils de nombre d'actions par intermédiaire financier et/ou par détenteur.

La communication financière est un élément clé de la transparence du marché et constitue une condition essentielle de la confiance des investisseurs, de la crédibilité et de la qualité d'une place financière dans son ensemble.

Le cadre de la communication financière des émetteurs évolue chaque année et la réglementation est marquée par une grande hétérogénéité : des règles très précises encadrent certains aspects de la communication financière de l'émetteur quand d'autres aspects sont régis par l'application de grands principes appréciés sous la responsabilité de l'émetteur.

Les exigences accrues des marchés financiers en termes de transparence ainsi que la complexité croissante des contraintes réglementaires pesant sur les émetteurs en matière d'information ont conduit les sociétés cotées les plus importantes à structurer leur communication financière et extra-financière au sein de départements dédiés dont les responsabilités ne cessent de s'élargir au cours des années et dont les fonctions sont en perpétuelle évolution.

Dans ce contexte, il est apparu important que toute personne participant à l'élaboration de la communication financière de l'émetteur ait à sa disposition un répertoire des pratiques observables sur le marché.

Le guide « Cadre et Pratiques de Communication Financière » a ainsi été principalement conçu comme un outil didactique à destination des dirigeants et des personnes en charge de la communication financière au sein des entreprises cotées.

Ce guide est réalisé par :

BREDIN PRAT

53, Quai d'Orsay
75007 PARIS
Tél. 01 44 35 35 35

www.bredinprat.fr

 **cliff**
Investor Relations

Tour Praetorium La Défense
14, Place des Reflets
92400 COURBEVOIE
Tél. 01 47 76 05 70
www.cliff.asso.fr

 **pwc**

63, rue de Villiers
92200 NEUILLY-SUR-SEINE
Tél. 01 56 57 58 59

www.pwc.fr