

Relations entre Direction Générale et Conseil d'administration sur les sujets de communication financière

RECUEIL DE BONNES PRATIQUES

SEPTEMBRE 2010



ASSOCIATION FRANÇAISE
DES INVESTOR RELATIONS



Ce recueil a été élaboré dans le cadre d'un groupe de travail constitué par le CLIFF et l'Institut Français des Administrateurs (IFA).

Les enquêtes menées parallèlement par les deux organismes auprès des émetteurs ont révélé les diverses pratiques mises en œuvre, afin d'informer les Conseils d'administration et de surveillance des enjeux en matière de communication financière et de leur fournir les informations nécessaires pour mener à bien leur mission.

De par ses attributions, le Conseil est très impliqué dans la relation de l'entreprise avec les marchés financiers.

Organe majeur de la gouvernance, le Conseil d'administration ou de surveillance nomme et révoque les mandataires sociaux, décide de leur rémunération et valide avec eux les décisions stratégiques pour la société : décisions opérationnelles majeures, offres publiques ou encore opérations sur le capital.

Le Conseil arrête également les comptes sociaux et consolidés de l'entreprise et produit un certain nombre de rapports à destination des actionnaires. Il est assisté dans cette mission par le Comité d'audit, qui doit notamment s'assurer du processus d'élaboration et de contrôle de l'information financière.

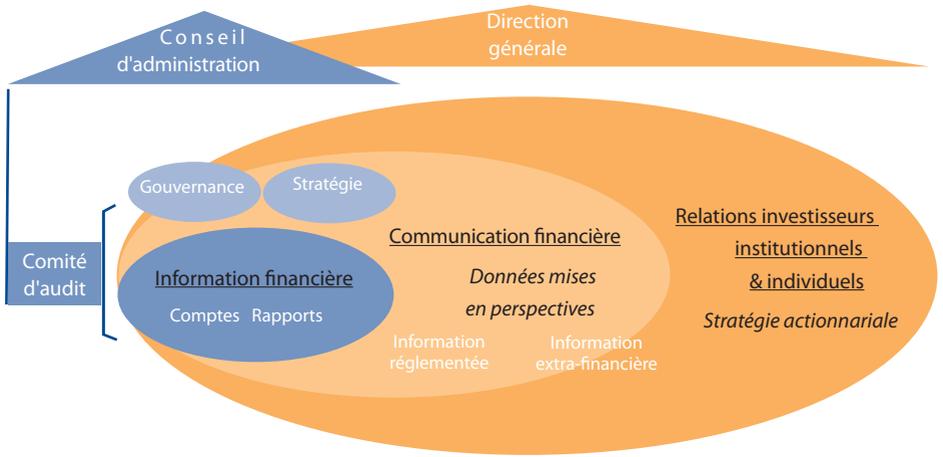
Pour autant, le Conseil n'a pas la responsabilité de la communication auprès des marchés financiers.

Si les administrateurs sont responsables pénalement, à titre personnel, en cas de délit de publication de comptes inexacts, et civilement, en cas d'infraction aux dispositions législatives ou réglementaires applicables aux sociétés anonymes et de fautes commises dans leur gestion, ils ne sont pas considérés comme dirigeants responsables en matière financière pour la réglementation édictée par l'Autorité des marchés financiers.

La responsabilité de la communication auprès des marchés financiers incombe à la seule Direction générale.

Le CLIFF propose ce recueil de bonnes pratiques en matière de communication auprès du Conseil, afin que celui-ci dispose de tous les éléments nécessaires pour mener à bien sa mission en liaison avec l'information et la communication financière.





Les connaissances nécessaires au Conseil pour mener à bien sa mission en liaison avec l'information et la communication financière dans une entreprise

Afin d'assurer l'ensemble de ses missions, depuis la prise de décisions stratégiques pour l'entreprise à la garantie de la fiabilité de l'information financière diffusée au marché, le Conseil doit connaître parfaitement les cibles auxquelles il va indirectement s'adresser.

Cette connaissance passe par la maîtrise du fonctionnement des marchés financiers, le suivi de leur évolution et de la façon dont l'entreprise répond à leurs attentes. Le Conseil doit également connaître le profil des actionnaires de la société ainsi que leur évolution.

Une information sur la stratégie de communication envers les marchés financiers mise en place au regard de la composition de l'actionnariat et de la stratégie globale de l'entreprise est indispensable, de même que la connaissance de la perception de la société par les marchés financiers.

Les pratiques en la matière ont permis de déterminer les informations utiles pour le Conseil.

L'information financière est constituée de données à l'état brut telles que requises par le Législateur et l'AMF, dans leur contenu ainsi que dans l'espace et dans le temps.

La communication financière consiste à diffuser ces données mises en perspective, hiérarchisées et traduites de façon à être accessibles par les différents publics d'investisseurs stratégiques pour l'entreprise.

1 Les marchés financiers et leur évolution

L'évolution des cours de bourse de la société, de son ou ses indices de référence et de ses principaux concurrents, doit être analysée au regard des performances de l'entreprise et de l'environnement macro-économique.

Face aux changements intervenus dans le fonctionnement des marchés financiers, en particulier leur fragmentation, des indications sur l'évolution des parts respectives des négociations des titres de la société sur les différentes plateformes sont désormais nécessaires.

Rythme d'information du Conseil :
trimestriel et/ou fonction de ses réunions

2 Le profil des actionnaires et son évolution

L'analyse et l'évolution de la structure de l'actionnariat telle qu'elle doit être présentée doit être transmise au Conseil avant sa communication.

L'information publique annuelle réglementée par l'AMF comprend la liste des actionnaires détenant plus de 5% du capital, de ceux ayant franchi les seuils légaux aux cours de l'année, les lignes spécifiques pertinentes pour la société (salariés, autodétention, autocontrôle...), les pactes et conventions d'actionnaires, ainsi que les opérations sur titres des mandataires sociaux.

Par ailleurs, la société peut obtenir d'autres informations susceptibles d'être portées à la connaissance du Conseil : les franchissements de seuils statutaires ; lorsque la société réalise une enquête sur les titres au porteur, les enseignements tirés de celle-ci, tels le nombre d'actionnaires identifiés, la répartition entre résidents et non résidents, entre actionnaires particuliers et investisseurs institutionnels ; ou encore la synthèse des études d'identification de ces derniers, notamment leur répartition et leur évolution par zone géographique, par taille ou style d'investissement.

Tous ces enseignements sont déterminants pour l'élaboration de la stratégie de communication financière.

Rythme d'information du Conseil :
annuel et/ou selon évolutions significatives

3 La stratégie de communication vers les marchés financiers

La stratégie de communication vers les marchés financiers est adaptée à chaque entreprise.

Fidéliser un actionnariat existant et cibler des actionnaires potentiels en phase avec l'évolution de la stratégie de l'entreprise sont les axes principaux, de même que suivre de très près la répartition de l'actionnariat et ses modifications, au plan géographique et par type de profil d'investisseurs. Quelle que soit la stratégie mise en œuvre, sa présentation au Conseil par la Direction générale et par le responsable des relations avec les investisseurs est indispensable.

Rythme d'information du Conseil :
présentation annuelle

Le Conseil devra ensuite être informé de l'impact de cette stratégie par l'intermédiaire d'un reporting des actions menées. Parmi les informations susceptibles de figurer dans ce reporting, ces pratiques les plus courantes ont été notées :

- l'agenda des grands rendez-vous des annonces aux marchés (date, lieu, heure des réunions et/ou retransmissions sur Internet) ;
- la liste des analystes qui suivent la société ;
- le calendrier des rencontres avec les investisseurs, par zone géographique et typologie, en cohérence avec la stratégie actionnariale.

De même que pour la stratégie de communication financière, il appartient à chaque société, et en particulier au responsable des relations avec les investisseurs, d'élaborer un tableau de bord d'indicateurs pertinents pour le Conseil, reliant la stratégie de communication auprès des marchés à celle de l'entreprise.

Rythme d'information du Conseil :
semestriel et/ou fonction de ses réunions

4 La perception de la société par les marchés

Les notes d'analystes les plus représentatives et/ou une synthèse d'ensemble des notes émises sur la société, mais aussi sur ses principaux concurrents et son secteur, donnent au Conseil une bonne perception de l'appréciation de la société par les marchés. Le consensus de marché sur les perspectives et la valorisation de l'entreprise complète cette vision externe déterminante pour l'évolution boursière.

La synthèse des principales préoccupations des marchés, des interrogations et des attentes des différentes catégories d'investisseurs, ainsi que des réponses qui leur sont apportées, aident la Direction générale et le Conseil dans leur réflexion stratégique concertée.

Rythme d'information du Conseil :
trimestriel et/ou fonction de ses réunions

Les documents à faire valider par le Conseil

Les documents qui sont de la responsabilité du Conseil doivent lui être remis préalablement à la réunion au cours de laquelle leur validation est à l'ordre du jour. Il s'agit :

- du Rapport de gestion à l'Assemblée générale;
- du Rapport sur le projet des textes de résolutions soumis à l'Assemblée générale ;
- du Rapport du Président sur la gouvernance et le contrôle interne, dont le Conseil approuve les termes ;
- des rapports divers en liaison avec les opérations sur le capital de la société.

De plus, il est de pratique courante que les communiqués de presse diffusés à l'occasion de la publication des résultats annuels, semestriels et, le cas échéant, trimestriels soient discutés au cours de la réunion du Conseil approuvant les comptes.

Conclusion

Le Conseil s'assure de la fiabilité de l'information financière diffusée et, grâce à l'ensemble des éléments précités qui lui sont communiqués, est informé des attentes des marchés financiers. Parallèlement, la Direction générale a la responsabilité de la communication vers les marchés financiers, mise en œuvre par l'équipe des Relations Investisseurs.

Ce cadre est favorable à une bonne anticipation des conséquences des choix stratégiques de l'entreprise.

Ce document a été réalisé par le groupe de travail organisé par

le CLIFF

Association Française des Investor Relations

39, rue Cambon - 75001 Paris

cliff@cliff.asso.fr

www.cliff.asso.fr

l'IFA

Institut Français des Administrateurs

7, rue Balzac - 75382 Paris cedex 08

contact@ifa-asso.com

www.ifa-asso.com