

Recommandation AMF

Communication des sociétés destinée à faire la promotion de leur titre auprès d'investisseurs individuels – DOC-2015-09

Texte de référence : article 223-1 du règlement général de l'AMF

Face à la baisse du nombre d'actionnaires individuels en France, certaines sociétés cotées cherchent à communiquer différemment auprès du grand public pour attirer de nouveaux actionnaires.

Quelques sociétés ont ainsi cherché à présenter, de manière simple et pédagogique, leurs atouts différenciant en tant qu'investissement financier, c'est-à-dire une courte liste d'éléments sur la base desquels un actionnaire pourrait décider d'investir dans l'entreprise. Ces sociétés ont rédigé des documents ou des rubriques sur leur site internet intitulés par exemple « Pourquoi investir dans [société] ? », « Les 5 bonnes raisons d'investir dans [société] ».

Si cette présentation peut utilement éclairer l'investisseur individuel en mettant en exergue les axes de développement spécifiques à l'émetteur, l'AMF rappelle la nécessité de présenter toutes les informations financières de façon équilibrée.

Recommandation :

Afin d'assurer une présentation équilibrée, l'AMF recommande aux sociétés dont les actions sont admises aux négociations sur un marché réglementé ou sur un système multilatéral de négociation organisé, et qui identifient pour le grand public leurs atouts différenciant en tant qu'investissement financier, de mentionner, dans le même document, un renvoi clair et lisible vers la présentation de leurs facteurs de risque.

De façon générale, l'AMF invite les sociétés dont les actions sont admises aux négociations sur un marché réglementé ou sur un système multilatéral de négociation organisé à expliquer leur stratégie de façon pédagogique et équilibrée. En particulier, les émetteurs peuvent éclairer les actionnaires individuels sur leurs enjeux d'avenir et expliquer comment leur stratégie permet de répondre à ces enjeux.

Par ailleurs, certaines sociétés ont fait part à l'AMF de leur souhait d'initier des campagnes publicitaires de promotion de leur titre, afin d'inciter des particuliers à en devenir actionnaire.

Les articles 212-28 et 212-29 du Règlement général de l'AMF encadrent les communications à caractère promotionnel se rapportant à une offre au public ou à une admission aux négociations sur un marché réglementé.

En tout état de cause, les communications à caractère promotionnel – et donc les publicités – doivent toujours respecter l'ensemble des principes de la communication financière permanente. Ainsi, les sociétés dont les actions sont admises aux négociations sur un marché réglementé ou sur un système multilatéral de négociation organisé et qui souhaiteraient initier des campagnes publicitaires de promotion de leur titre, doivent veiller à présenter des informations exactes, de façon équilibrée et non trompeuse.

Recommandation :

Sur la base des règles et pratiques observées pour les publicités portant sur des opérations financières, l'AMF recommande aux émetteurs qui initient des campagnes publicitaires de promotion de leur titre en dehors d'une période d'opération financière, de 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.

Ces recommandations sont sans préjudice de la réglementation applicable aux communications se rapportant à une offre au public ou à une admission aux négociations sur un marché réglementé ou sur un système multilatéral de négociation organisé.