

Recommandation AMF n° 2014-15

Communication des sociétés cotées sur leur site internet et sur les médias sociaux – DOC – 2014-15

Texte de référence : articles 223-1 à 223-10-1 du règlement général de l'AMF

Cette recommandation a pour objet d'accompagner les sociétés cotées dans la gestion de leur site internet *corporate* comme outil de communication et dans l'utilisation des médias sociaux (par exemple, *Facebook*, *Twitter* ou *LinkedIn*) pour la diffusion d'informations privilégiées au sens du règlement « Abus de marché¹ ».

1. Recommandations relatives au site internet des sociétés cotées

Les sites internet des sociétés cotées constituent des supports essentiels de communication sur lesquels les investisseurs en particulier institutionnels vont rechercher l'information. C'est pourquoi les textes européens leur reconnaissent une place centrale comme lieux de diffusion et d'archivage de l'information. L'AMF rappelle qu'en application de l'article 221-3 de son règlement général, l'émetteur s'assure de la diffusion effective et intégrale de l'information réglementée et que l'émetteur met en ligne sur son site internet les informations réglementées dès leur diffusion.

Il est donc essentiel que l'information publiée sur les sites internet *corporate* soit complète, équilibrée dans sa présentation, facile d'accès, à jour, et archivée pendant un délai adéquat.

L'AMF rappelle que l'exigence réglementaire d'une information exacte, précise et sincère s'applique aux informations diffusées sur le site internet des émetteurs. Ainsi, les émetteurs sont appelés à prêter une attention particulière à une présentation équilibrée des risques et avantages que leur société/groupe présente pour un investisseur, y compris sur leur site internet.

1.1 Accessibilité

- Il est recommandé d'utiliser toutes les solutions fonctionnelles et techniques permettant de réduire le nombre de clics pour accéder à l'information recherchée (utilisation de menus déroulants, adoption d'une pratique de liens précis avec le lieu où se trouve l'information recherchée, etc.). Les sociétés devraient en particulier veiller à présenter selon un mode facile d'accès les éléments les plus consultés par les investisseurs (communiqués de presse, dividendes, lettres aux actionnaires, notation de la dette, calendrier financier, etc.).
- Il est recommandé de rappeler l'existence des différents comptes des sociétés sur les réseaux sociaux sur le site internet des sociétés dans une rubrique *ad hoc*, visible dès la page d'accueil du site ou la page « finance », les comptes *corporate* de la société et de ses principales filiales devant être bien identifiés comme tels.
- Afin de faciliter l'accès aux informations sur le site, il est recommandé d'établir un glossaire permettant de recenser les mots clés les plus souvent utilisés par les investisseurs (actionnaires, investisseurs, communication financière, information réglementée, etc.).
- Il est recommandé que les rubriques « investisseurs » ou « actionnaires » et leurs sous-rubriques soient accessibles directement sur le site principal de la société, à travers le menu principal du site.

¹ Règlement 596/2014 du Parlement européen et du Conseil du 16 avril 2014 sur les opérations d'initiés et les manipulations de marché (abus de marché).

1.2 Mise à jour

Il est tout d'abord rappelé qu'en application des articles 223-8 et 223-9 du règlement général de l'AMF, les présentations (ou *slides shows*) « analystes et investisseurs » doivent être mises en ligne systématiquement et sans délai au plus tard au début des réunions concernées².

- Considérant la difficulté de mise à jour permanente de tous les contenus des sites internet, il est recommandé de dater, voire d'horodater (par exemple en heure GMT), les informations les plus sensibles, en particulier celles figurant sur les pages elles-mêmes des sites (documents et contenus éditoriaux non mis à jour par la publication d'un communiqué à diffusion effective et intégrale), afin de permettre au lecteur d'en identifier l'antériorité, et donc le degré de pertinence.

L'horodatage de la mise en ligne des communiqués et des présentations faites aux analystes est particulièrement recommandé, car il permet de reconstituer précisément les séquences de communication.

- L'AMF recommande aux sociétés de mettre en place des procédures qui permettent de répondre à l'obligation de synchronisation de la diffusion des communiqués à la presse et leur publication sur le site internet de la société.
- Lorsque les sociétés publient sur leur site internet les notes des agences de notation, les notes d'analyse ou le consensus les concernant, il est recommandé que ces éléments soient datés et mis à jour pour la bonne information du public. Par ailleurs, ce choix doit être pérenne dans le temps, et dans la méthode, afin de respecter le principe d'une présentation équilibrée des informations disponibles.

1.3 Archivage

Il est rappelé que les sociétés doivent respecter les obligations d'archivage de la directive Transparence, qui requiert que les rapports financiers annuels et rapports financiers semestriels restent à la disposition du public pendant au moins dix ans³. Les sociétés doivent également respecter les obligations issues du règlement Abus de marché qui exige que « *l'émetteur affiche et conserve sur son site internet, pour une période d'au moins cinq ans, toutes les informations privilégiées qu'il est tenu de publier* »⁴.

- Au-delà de ce qui est exigé par les textes, il est recommandé de prévoir également un temps d'archivage suffisamment long des informations sensibles pour les investisseurs (informations réglementées, informations des assemblées générales, autres informations évoquées aux paragraphes 2.1 et 2.2 ci-dessus).
- Il est recommandé d'adopter une politique harmonisée et stable dans le temps par type d'information afin de respecter le principe d'information sincère.
- Enfin, si la société ne conserve pas la totalité de l'historique de ces documents, il est recommandé que son site internet indique où les informations plus anciennes peuvent être consultées par l'insertion d'un lien précis vers le site d'archivage français. En effet, c'est uniquement l'existence d'un site d'archivage centralisé⁵ pour les sociétés cotées qui permet la réduction des obligations d'archivage de l'information sur les sites individuels des sociétés cotées.

2. Recommandations relatives à l'utilisation par les sociétés cotées des médias sociaux

Les médias sociaux ont la particularité de démultiplier la vitesse de transmission et l'audience d'une information, ils doivent donc être utilisés par les sociétés avec prudence et dans le souci du respect des règles d'accès à l'information.

² Lorsqu'il s'agit de réunions physiques, il est recommandé de remettre aux participants l'ensemble des slides shows afin de ne pas créer de distorsion d'information avec ceux qui ont téléchargé les slides par internet.

³ Article 4 et 5 de la directive Transparence telle que modifiée le 22 octobre 2013 (ces obligations seront applicables à compter de leur transposition en droit interne).

⁴ Article 17 du règlement 596/2014 du Parlement européen et du Conseil du 16 avril 2014 sur les opérations d'initiés et les manipulations de marché (abus de marché)

⁵ Direction de l'information légale et administrative (DILA) : <http://www.info-financiere.fr/>

Conformément à ce que prévoit la directive Transparence⁶, les articles 221-3⁷ et 221-4⁸ du règlement général de l'AMF relatifs à l'obligation de diffusion effective et intégrale de l'information réglementée (y incluse l'information privilégiée) prévoient que pour satisfaire à cette obligation, les sociétés ont le choix :

- soit de recourir à un diffuseur professionnel auquel cas elles sont présumées satisfaire à leur obligation de diffusion effective et intégrale ;
- soit de transmettre elles-mêmes directement l'information aux différents sites internet, agences de presse et autres systèmes d'information en temps réel. Elles doivent alors pouvoir justifier que l'information réglementée a été effectivement diffusée⁹.

En conséquence, l'AMF rappelle qu'en application des articles 223-1 à 223-10-1 de son règlement général les émetteurs peuvent diffuser leurs informations privilégiées sur les médias sociaux 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 général¹⁰.

2.1 Authentification et accès à l'information

- L'AMF recommande 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*).
- L'AMF constate que, s'agissant des messages postés sur *Twitter*, l'utilisation du « hashtag » (*#codeMnémo*) lorsque les sociétés publient des informations privilégiées permet d'assurer une meilleure traçabilité des « tweets » pour les utilisateurs.
- Il est recommandé aux sociétés cotées d'établir une charte d'utilisation par leurs dirigeants et salariés de leurs comptes personnels dans les médias sociaux afin de les sensibiliser aux problématiques particulières de la communication des sociétés cotées sur ces médias et d'attirer leur attention sur la prudence nécessaire dont ils doivent faire preuve dans ce cadre (par exemple : risque d'usurpation d'identité, confusion possible entre différentes fonctions exercées par un même dirigeant, entre un compte professionnel et un compte personnel, sensibilité de certaines informations telles que le lieu où se trouve le dirigeant, etc.).
- Il convient en particulier de rappeler aux dirigeants mandataires sociaux qu'en application des articles L.225-51-1, L.225-56 et L.225-64 du code de commerce, leur responsabilité de mandataire social demeure pleine et entière, y compris lorsqu'ils s'expriment sur des comptes personnels, compte-tenu du caractère ouvert des réseaux sociaux.

⁶ Directive 2004/109/CE du Parlement européen et du Conseil 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. Sur ce sujet, les mêmes dispositions sont reprises dans la Directive 2013/50/UE du 22 octobre 2013 modifiant la Directive 2004/109/CE, cette nouvelle directive étant en cours de transposition dans le droit national.

⁷ Article 221-3 du règlement général de l'AMF : « L'émetteur s'assure de la diffusion effective et intégrale de l'information réglementée définie à l'article 221-1.

II. - L'émetteur met en ligne sur son site internet les informations réglementées dès leur diffusion.

Lorsque les titres financiers de l'émetteur sont admis aux négociations sur un système multilatéral de négociation organisé au sens de l'article 524-1, la publication sur son site des informations réglementées vaut diffusion effective et intégrale au sens du I. »

⁸ Article 221-4 du règlement général de l'AMF : « La diffusion effective et intégrale de l'information réglementée s'entend comme une diffusion permettant d'atteindre le plus large public possible et dans un délai aussi court que possible entre sa diffusion en France et dans les autres États membres de l'Union européenne ou parties à l'accord sur l'Espace économique européen. L'information réglementée est transmise aux médias dans son intégralité et d'une manière qui garantisse la sécurité de la transmission, minimise le risque de corruption des données et d'accès non autorisé et apporte toute certitude quant à la source de l'information transmise.

Elle est communiquée aux médias selon des modalités signalant clairement l'émetteur concerné, l'objet de l'information réglementée ainsi que l'heure et la date de sa transmission par l'émetteur.

L'émetteur remédie le plus tôt possible à toute défaillance ou interruption de la transmission des informations réglementées.

L'émetteur ne peut être tenu responsable des défaillances ou dysfonctionnements systémiques des médias auxquels les informations réglementées ont été transmises ».

⁹ Article 221-4 du règlement général de l'AMF précisé par l'instruction AMF n° 2007-03 relative aux modalités de dépôt de l'information réglementée par voie électronique.

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

2.2 Processus de veille active

- Il est recommandé aux sociétés cotées d'assurer une veille active afin d'avoir connaissance des informations qui les concernent circulant sur les médias sociaux.
- De même, l'AMF recommande aux sociétés cotées de veiller aux éventuelles utilisations de comptes piratés afin de pouvoir réagir rapidement.

2.3 Gestion du format particulier des messages

L'AMF rappelle que, conformément aux articles 223-1 à 223-10-1 du règlement général de l'AMF, les informations privilégiées diffusées sur les médias sociaux doivent, d'une part, faire systématiquement l'objet d'un communiqué préalable à diffusion effective et intégrale et, d'autre part, répondre à l'obligation de diffuser une information exacte, précise et sincère.

- Pour répondre à cette obligation d'information exacte, précise et sincère, l'AMF recommande aux émetteurs de :
 - prêter une grande attention à la préparation des « tweets », en particulier quand il s'agit d'informations denses, telles que la présentation des résultats ;
 - s'interroger sur le caractère adapté des médias sociaux pour communiquer des informations complexes (c'est-à-dire des informations dont l'impact sur le cours nécessite une analyse d'informations nombreuses et techniques) telles que la réalisation d'opérations financières, des informations sur certains contrats, des opérations de croissance externe, etc.
- Il est recommandé que l'information diffusée soit circonscrite afin qu'elle ne puisse pas être qualifiée de trompeuse. Il convient donc de mettre en perspective l'information et de la replacer dans son contexte pour que les lecteurs puissent comprendre son importance au regard des agrégats principaux du groupe, du secteur d'activité concerné et/ou de l'environnement réglementaire.
- Il est recommandé de mettre en place systématiquement un lien vers le communiqué à diffusion effective et intégrale, source de l'information, ceci afin de permettre aux lecteurs de trouver facilement une information complète et d'assurer une cohérence pour éviter la présentation d'éléments hors contexte ou d'indicateurs alternatifs non directement issus des comptes.
- Enfin, l'AMF rappelle que lorsqu'une société est cotée dans plusieurs pays, notamment dans et hors de l'Union Européenne, elle doit, en toute hypothèse, veiller à respecter la réglementation européenne qui impose la diffusion d'information privilégiée par voie de communiqué à diffusion effective et intégrale.

2.4 Réaction aux rumeurs

- L'existence d'un processus de veille active et la mise en place d'une procédure interne de réaction rapide en cas de rumeurs telles que recommandées ci-dessus permettent de limiter l'impact de ces dernières.
- Avoir un compte déjà ouvert sur les principaux médias sociaux permet de disposer d'une audience préexistante qui s'avère très utile si le besoin de démentir une rumeur apparaît.
- Les sociétés sont juges de la nécessité et/ou de l'opportunité de démentir une rumeur ; il n'existe pas d'obligation systématique en la matière, sous réserve des dispositions spécifiques en matière d'offre publique, notamment l'article 223-32 du règlement général de l'AMF et celles de l'article 223-2 du règlement général de l'AMF relatif aux obligations d'information permanente¹¹.
- 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.

¹¹ A noter que si la publication d'une information privilégiée a été différée et que la confidentialité de cette information privilégiée n'est plus assurée, l'émetteur doit publier cette information privilégiée dès que possible ; ce serait notamment le cas d'une rumeur qui est suffisamment précise pour que la confidentialité de cette information ne soit plus assurée.

- En revanche, l'AMF rappelle que, en application des articles 223-1 à 10 du règlement général de l'AMF, si la rumeur s'est répandue sur différents médias ou si la réponse constitue une information privilégiée, la réaction, si elle est décidée par la société, doit utiliser la voie du communiqué à diffusion effective et intégrale, sans être exclusive de réactions particulières sur les différents réseaux.
- Enfin, l'AMF rappelle qu'à la différence des rumeurs, toute fuite d'information privilégiée constatée doit donner lieu sans délai à la diffusion d'un communiqué de presse, en application de l'article 223-2 du règlement général de l'AMF, et à la mention de la diffusion de ce communiqué sur le média d'origine de la fuite.