

TOUTES LES RUBRIQUES

[Portraits & Carrières](#) | [Trésorerie](#) | [Financements](#) | [Gestion d'actifs](#) | [Comptabilité](#) | [Droit & Fiscalité](#) | [Management & Stratégie](#) | [Technologies & Systèmes](#) | [Industrie financière](#) | [Secteur public](#) | [Economie & Marchés](#) | [Actualités des affaires](#)

MANAGEMENT & STRATEGIE

► L'égalité d'accès des actionnaires à l'information, un principe illusoire

► Si le principe de l'égalité des actionnaires devant l'information financière est indiscutable il n'en demeure pas moins que son application est délicate, voire impossible. Cette conviction, partagée par les intervenants de la conférence sur « l'impact de la réglementation Fair Disclosure sur les différents acteurs du marché » organisée jeudi par Companynews en partenariat avec Euronext et Brunswick, est au cœur du débat épineux qui agite actuellement les marchés boursiers : quel crédit apporter aux informations financières diffusées par les entreprises cotées ?

La transparence, facteur clef de succès

Du point de vue des émetteurs de l'information le souci principal est de ré-instaurer un climat de confiance qui fait aujourd'hui défaut. « *Nous avons choisi de communiquer sur des éléments concrets, tangibles, de notre situation financière* » explique Deborah Choate, directeur administratif et financier de Wavecom. Cette stratégie est orientée essentiellement vers les d'actionnaires individuels qui constituent 5% du capital de Wavecom. L'objectif est de délivrer un message approprié à sa cible, clair et pertinent.

L'autre axe de la stratégie de communication développé par Deborah Choate : « *couper court à toutes les confusions que les rumeurs provoquent en nous positionnant comme une source d'information fiable* », précise-t-elle. Cette démarche volontariste de Wavecom a de bonnes chances de porter ses fruits. « *Une stratégie payante en matière de communication financière s'articule autour de cinq principes : régularité, vigueur, rigueur, récurrence et continuité* » rappelle Agnès Catineau, *partner* chez Brunswick. Mais le point central de toute stratégie reste tout même la transparence. « *Il faut dire les choses difficiles et plus encore savoir les dire* » insiste la conseillère en communication. Une tâche on ne peut plus délicate à l'heure où les canaux de diffusion se multiplient, amplifiant ainsi l'éventualité d'une distorsion du message.

Trop d'informations tuent l'information

Cette profusion des vecteurs de l'information financière ne facilite pas la lisibilité par les petits porteurs. Lettres aux actionnaires, communiqués, avis financiers, études d'analystes, journaux spécialisés, sites Internet, agences denotation... cette surabondance est préjudiciable : « *trop d'informations tuent l'information. Il faudrait créer un canal unique de l'information produite par les entreprises comme en Allemagne ou en Angleterre* » suggère Frédéric Garlan, chargé de mission à la direction du développement des services économiques et financiers de l'AFP. L'autre piste qu'il suggère est la standardisation des communiqués de presse à l'instar de ce qui se fait au Japon. « *La réduction de l'hétérogénéité des informations par un format imposé faciliterait leur compréhension* » ajoute t-il.

C'est sur ce point que le principe de "Fair Disclosure" bute. On peut certes envisager un contrôle des émetteurs, mais il restera toujours un doute sur la capacité du récepteur à assimiler le message qui lui est adressé. « *C'est un principe idéaliste* » estime Patrick Brault, membre du directoire de CDC IXIS Securities. Son point de vue repose sur une double considération. La première, d'ordre technique, est que les investisseurs professionnels ont un accès continu à l'information grâce notamment aux fils de Reuters ou de Bloomberg. La deuxième, plus pragmatique, concerne le langage, parfois abscons pour les non initiés, employé par la communication financière, même si les formations proposées aux actionnaires individuels se multiplient. « *Il ne peut y avoir égalité du moment où les récepteurs n'ont pas tous la même capacité d'analyse de l'information* » conclut-il.

Ce constat est relayé par Marcel Tixier, président de l'Association Nationale des Actionnaires de France (ANAF). Citant un ancien président de la COB, il abonde dans le sens de Patrick Brault : « *La Bourse est un marché d'initiés* », en considérant l'initié non pas comme une personne qui a accès à l'information mais comme celle qui sait l'utiliser.

Geoffrey Dirat

source : bfinance - date : 05/07/2002

[Les articles du même dossier: Communication financière](#)