

La charte sur l'analyse financière sponsorisée voit enfin le jour

L'accord de Place trouvé entre émetteurs, investisseurs et courtiers doit crédibiliser et favoriser la couverture des petites et moyennes capitalisations.

Par Bruno de Roulhac

Robert Ophèle a vendu la mèche. En présentant le rapport annuel de l'Autorité des marchés financiers (AMF), son président n'a pu s'empêcher de se féliciter de l'accord trouvé entre l'Association française de la gestion financière (AFG), l'Association française des marchés financiers (Amafi) et la Société française des analystes financiers (Sfaf) sur la recherche sponsorisée, c'est-à-dire l'analyse financière des sociétés cotées payée par l'émetteur. Cette annonce a pris de court les intéressés, qui comptaient dévoiler le contenu de cette charte en fin de semaine. «Un bon signal pour toutes les valeurs qui entrent en Bourse», s'est félicité Robert Ophèle.

Depuis des mois, le régulateur poussait les parties à parvenir à un accord, qui tardait à se concrétiser. «L'AMF a été un grand facilitateur de ce projet et voulait que la charte aboutisse», reconnaît Martine Léonard, la présidente de la Sfaf.

«Dans un contexte d'attrition de l'analyse financière sur les petites et moyennes capitalisations, accentuée avec la réglementation européenne MIF 2, le seul moyen pour un petit émetteur est de payer lui-même son analyse financière, jetant une suspicion de conflit d'intérêts sur celle-ci», explique Arabelle Conte, chef du pôle distribution de l'AFG. Cette charte vient renforcer la crédibilité de la recherche sponsorisée en lui donnant un cadre de bonnes pratiques en termes d'indépendance et de transparence. Cet accord permet de «mettre l'accent sur la recherche, classique ou sponsorisée, et sur sa nécessité pour la Place de Paris», rappelle Martine Léonard. La charte doit permettre aux entreprises de faciliter leur accès aux capitaux. En donnant une crédibilité à la recherche sponsorisée, les entreprises devraient être incitées à rejoindre la Bourse, puisqu'elles bénéficieraient post-cotation d'une visibilité grâce à cette analyse.



Un registre des contrats sera à sa disposition de l'Autorité des marchés financiers, de façon qu'elle puisse exercer son contrôle.

engagements pris par les prestataires de services d'investissement [PSI] qui produiront de la recherche sponsorisée, par les émetteurs qui financeront la recherche, et par les associations de Place», précise Stéphane Giordano, le président de l'Amafi.

Les obligations de la charte «visent à assurer que la recherche sponsorisée bénéficie de toute la légitimité nécessaire grâce à un bon niveau de transparence sur les conflits d'intérêts potentiels, et grâce à un cadre précis permettant d'assurer son indépendance, afin qu'il n'y ait pas d'influence induite des émetteurs sur la recherche», ajoute Stéphane Giordano. Un registre des contrats sera à la disposition de l'AMF, afin qu'elle puisse exercer son contrôle. Toute recherche sponsorisée «devra l'indiquer clairement, et l'analyste devra préciser explicitement qu'il adhère à la charte», ajoute Arabelle Conte.

Quand la recherche sponsorisée sera payée à 100% par l'émetteur, «elle restera sa propriété et sera disponible gratuitement. Si la recherche est financée à la fois par l'émetteur et par un courtier, ce dernier pourra la vendre comme le reste de sa recherche non sponsorisée», ajoute Martine Léonard.

UN CONTRAT DE DEUX ANS

Le contrat de recherche sponsorisée «est en principe de deux ans, renouvelable tacitement pour un an», poursuit Martine Léonard. L'analyste sera rémunéré à 50% lors de la signature du contrat, le solde étant versé tout au long du contrat.

Avec cette charte, «nous assurons la crédibilité de la recherche sponsorisée en France et donnons un exemple probant et inspirant pour une transposition européenne dans le cadre notamment des négociations sur le Listing Act», se félicite Stéphane Giordano.

La charte, qui sera bientôt rendue publique, sera applicable à tous les analystes, qu'ils soient indépendants ou appartiennent à un grand groupe. En clarifiant les règles, elle devrait favoriser le développement de la recherche sponsorisée. En 2019 comme en 2021, 212 sociétés cotées, soit 32% de la cote parisienne, bénéficiaient d'une recherche sponsorisée, selon les chiffres de MIFIDVision dévoilés en juillet dernier. Si le nombre stagne, les capitalisations sont plus élevées. ●

Arabelle Conte, de l'AFG :

«Dans un contexte d'attrition de l'analyse financière sur les petites et moyennes capitalisations, accentuée avec la réglementation européenne MIF 2, le seul moyen pour un petit émetteur est de payer lui-même son analyse financière.»

ASSURER L'INDÉPENDANCE DE L'ANALYSE

La charte signée mardi soir «définit les