

Recherche sponsorisée : la place de Paris finit par s'accorder sur une charte

RÉGULATION

Les acteurs de la recherche actions sponsorisée, payée par l'émetteur, se sont enfin dotés d'une charte fixant les bonnes pratiques.

Objectif : éviter que celle-ci soit qualifiée par Bruxelles d'information publicitaire.

Laurence Boisseau
@boisseaul

Huit mois pour trouver un compromis. Les associations professionnelles de la place de Paris ont eu beaucoup de mal à s'accorder sur une charte de bonnes pratiques pour encadrer la recherche sponsorisée. Tellement de mal que seules trois d'entre elles sont signataires : l'Amafi (Association française des marchés financiers), l'AFG (Association française de la gestion financière) et la SFAF (Société française des analystes financiers). Les deux autres, l'Af2i (Association française des investisseurs institutionnels) et Middle Next, qui représente les valeurs moyennes cotées, n'ont pas apposé leur signature en bas du document, signe que les engagements pris ne les satisfont pas totalement.

Robert Ophèle, président de l'Autorité des marchés financiers (AMF) qui avait promis, en octobre dernier, un accord d'ici à la fin de l'année 2021, n'a pu s'empêcher, mercredi, d'annon-

cer la bonne nouvelle. Les parties avaient signé l'accord la veille au soir.

Particulièrement attendue, cette charte de bonnes pratiques procure un cadre à la recherche sponsorisée. Cette dernière, qui est payée par l'émetteur (en partie ou totalement), a permis à l'analyse sur les actions de se réinventer, alors qu'elle avait été fort mise à mal par la directive européenne MiFID 2 entrée en vigueur en 2018. Mais il fallait éviter que Bruxelles ne l'assimile à de « l'information publicitaire » à la crédibilité limitée, et ne l'interdise. « Cette charte va donner aux analystes et aux investisseurs les meilleures garanties d'objectivité. C'est une première en Europe », se félicite Martine Léonard, présidente de la SFAF.

Les fournisseurs de recherche sponsorisée s'engagent donc à produire cette analyse dans les mêmes conditions que la recherche spontanée (non payée par l'émetteur). Si elle est payée totalement par la société cotée, elle sera accessible à tous les investisseurs gratuitement. Si elle est payée en partie par les investisseurs, elle peut être réservée pour un temps ou indéfiniment à ceux qui l'ont payée.

Plus d'attractivité

Sur la première page de l'analyse, il sera fait mention que cette recherche a été payée par la société. La durée du contrat est fixée à 24 mois. L'émetteur peut mettre fin par anticipation au contrat de manière unilatérale, dans certains cas définis au préalable. Un acompte de 50 % sera versé au début ; le solde ensuite, chaque année.

L'une des associations tiendra un registre de la recherche sponsorisée. Ce dernier sera à la disposition de l'AMF. Il sera public pour la recherche rémunérée par l'émetteur mais pas pour celle qui est payée en partie par les investisseurs.

« Cette charte va contribuer à l'attractivité de la place de Paris. Au niveau européen, dans les discussions relatives à l'analyse financière pour les PME/ETI, la voix de la France portera davantage dans le cadre de la consultation sur le Listing Act notamment, car elle aura mis en place une recherche sponsorisée qui peut avoir la confiance des investisseurs », explique Stéphane Giordano, président de l'Amafi. ■

« Cette charte va donner aux analystes et aux investisseurs les meilleures garanties d'objectivité. C'est une première en Europe. »

MARTINE LÉONARD
Présidente de la SFAF