

Citigate  
Dewe Rogerson

Investor Relations Survey

## Increasing returns on IR investment

2014



SUPPORTED BY  
DIRK society irclub

Résultats de l'étude internationale sur l'évolution des pratiques des Responsables des Relations Investisseurs – 6<sup>ème</sup> édition

### **Relations Investisseurs : Comment créer une relation de confiance pérenne et pertinente avec le marché ?**

Paris, le 24 septembre 2014

Citigate Dewe Rogerson, agence internationale de conseil en communication corporate et financière, livre les résultats de la 6<sup>ème</sup> édition de son étude annuelle sur l'évolution des pratiques des responsables des relations investisseurs en Europe.

Cette année, 190 responsables des relations investisseurs (RRI) de sociétés cotées en Europe ont participé à l'étude dont le TOP 10 des praticiens reconnus par la profession de manière indépendante.

L'éventail des problématiques à traiter et l'arrivée de nouveaux outils de communication financière liée aux nouvelles technologies mettent en lumière l'évolution de leurs pratiques vis-à-vis de leurs interlocuteurs, analystes et investisseurs institutionnels ou particuliers.

Pour Nicolas Castex, Fondateur et Directeur général de Citigate Dewe Rogerson en France :  
« *La professionnalisation de la fonction IR s'intensifie et les pratiques se réinventent chaque année, notamment grâce aux nouvelles technologies qui permettent plus d'interactivité. Mais une tendance est claire avec un retour aux fondements-mêmes de la relation avec les investisseurs : il faut nouer, cultiver et convertir le lien « humain » avec ses cibles. Au-delà du respect de la réglementation sur la transparence, tout l'art des bonnes relations investisseurs réside dans la bonne adéquation entre les objectifs des entreprises, les demandes du marché et leurs organisations.* »

Les principaux enseignements de l'étude sont résumés dans les pages suivantes.

L'étude détaillée est disponible en téléchargement (en anglais) sur le site [www.citigate.fr](http://www.citigate.fr) ou à l'adresse suivante <http://citigate.fr/wp-content/uploads/2014/09/Citigate-Dewe-Rogerson-IR-Survey-2014.pdf>

## Comment créer une relation de confiance pérenne et pertinente avec le marché ?

Les réglementations visant à accroître la nature, la diversité et la fréquence des informations mises à disposition des investisseurs sont aujourd'hui pleinement appliquées par les sociétés cotées.

Selon les résultats de notre étude, l'objectif principal des responsables des relations investisseurs (ou IR pour *investor relations*) est de mettre en perspectives ces informations afin d'en accroître la pertinence au service de la compréhension du business, de la stratégie et des performances de l'entreprise.

Qu'est ce que cela signifie en pratique ?

### Reporting : donner de la visibilité sur la création de valeur a long terme

- **68% des sondés ne prévoient pas d'accroître d'avantage le niveau d'informations diffusées.**

Ils veillent en revanche à s'assurer que ces informations sont utiles aux investisseurs et notamment exploitables dans leurs modèles de valorisation pour créer les conditions d'un monitoring intelligent de la valeur.

Parmi les 32% de sociétés qui prévoient d'augmenter leur reporting deux axes d'amélioration émergent :

- un souhait de simplification du reporting global,
- la diffusion d'informations plus poussées sur les sujets qui intéressent les investisseurs (choix basé sur les feedback ou étude de perception investisseurs<sup>1</sup>) ou que les dirigeants considèrent essentiels à la compréhension de la stratégie à long terme.
- **32% des sociétés européennes réalisent un rapport de synthèse intégré sur les indicateurs non financiers.**

En matière de communication non financière, l'intérêt reste soutenu tant du côté des investisseurs que des dirigeants d'entreprises, porté de surcroit par une pression réglementaire croissante. De fait, les rapports de synthèse donnent de l'information sur les impacts environnementaux lorsque ces derniers ont un impact réel sur la création de valeur de l'entreprise. Ils constituent ainsi un vrai levier de valorisation et permettent une mise en lumière de la performance non financière.

### Cultiver la qualité de la relation

- **43% des sociétés souhaitent accroître en nombre, mais surtout en qualité, leurs roadshows investisseurs par rapport à 2013. En France, ce chiffre ressort à 73%, soulignant en particulier la volonté de rencontrer de nouveaux investisseurs.**

---

<sup>1</sup> Les outils de mesure de perception du sentiment des investisseurs demeurent les feedback analystes et investisseurs (à 94%) ou les notes suivants les roadshows (74%) loin devant les feedback réalisés par l'interne (60%) ou par un cabinet spécialisé (43%).

Ainsi, les IR n'hésitent plus à **challenger les suggestions des courtiers**. Si 82% des roadshows restent organisés par les banques, certains IR définissent et gèrent désormais eux-mêmes le ciblage des investisseurs pour tirer un meilleur retour sur investissement du temps passé par les dirigeants en roadshow.

- **77% des IR partent sur les routes sans leurs dirigeants.**

Le rôle des IR se renforce quant à l'entretien du lien avec les actionnaires existants, mais aussi potentiels, notamment pour recueillir leur perception de l'entreprise et de son environnement en dehors des périodes de communication clés.

**Par ailleurs, les formats virtuels se multiplient** pour gagner en diversité d'échanges - présence de membres plus opérationnels par exemple - et élargir la cible d'investisseurs touchés, sans y consacrer un investissement en temps et coûts inapproprié.

### Recours aux nouvelles technologies pour créer du lien

Dans la même veine, afin de permettre aux investisseurs une plongée plus directe dans l'entreprise, une véritable tendance émerge en faveur **d'évènements plus ciblés facilités par les nouvelles technologies**.

**Les médias sociaux**, applications ou sites web dédiés aux relations investisseurs, etc. – **se démocratisent et fournissent une plateforme alternative d'échange**. La relation est approfondie, plus directe, plus interactive, plus fréquente.

En plus des Capital Markets Days, ou visites de site, les sociétés organisent désormais des webinar ou des conférences en webcast, en dehors des périodes de publications financières pour tenir informé le marché sur l'impact d'évolutions réglementaires dans leur secteur, sur leur programme de R&D... autant d'initiatives pour débattre de sujets non-financiers.

Ces nouveaux outils procurent aussi une source de ciblage additionnelle (notamment auprès des individuels), des systèmes de feedback et une plateforme CRM pour organiser des one-to-one ou des group meeting, ou solliciter les investisseurs.

### Et la relation avec les sell-side dans tout cela ?

- **58% des entreprises interrogées sont satisfaites de la qualité de la recherche sell-side, contre 61% en 2013 et 73% en 2012.**
- **37% considèrent que la qualité de la recherche sell-side s'est dégradée au cours des 12 derniers mois, contre 21% en 2011.**

Pour contrecarrer ce mouvement, la plupart des IR reconnaît **la nécessité de recréer un lien direct entre les analystes sell-side et leurs CEO/CFO, voire avec les directeurs opérationnels**, dans le cadre de rendez-vous en face à face.

En complément, les IR souhaitent s'entretenir directement avec les forces de ventes des brokers, pour assurer une compréhension maximale des messages clés de l'entreprise qu'ils pourront échanger avec les investisseurs.

## Gestion du consensus : peut mieux faire !

- **92% des sociétés gèrent un suivi de leur consensus analystes en interne ou par le biais d'une agence externe**

La gestion de consensus demeure un outil clé dans la gestion des attentes du marché. Cependant, les sociétés pourraient en tirer un meilleur parti si elles partageaient de manière plus large et plus équitable ces informations. Actuellement, seulement **23% des sociétés publient leur consensus sur leur site web**, préférant avoir recours à la communication verbale ou par email. Des efforts restent à faire.

### Méthodologie de l'étude :

- Echantillon de 190 responsables des relations investisseurs (dont 9% français), sur 18 pays européens, couvrant tous les indices sectoriels FTSE (Financial Times Stock Exchange).
- Analyse d'un sous échantillon du top 10 des responsables investisseurs européens. Ce classement est établi sur la base des récompenses reçues pour un ou plusieurs aspects de leur métier.
- Echantillon interrogé en ligne entre le 24 janvier et le 4 avril 2014.
- Partenaires de l'étude : DIRK, IR Society and the IR Club.

L'étude détaillée est disponible en téléchargement (en anglais) sur le site [www.citigate.fr](http://www.citigate.fr).

Citigate Dewe Rogerson est une agence de communication corporate et financière disposant d'un réseau international de premier plan, filiale du groupe Huntsworth plc côté à la Bourse de Londres.

Présente à Paris depuis 2004, Citigate Dewe Rogerson accompagne ses clients dans la conception et la mise en œuvre de leur stratégie de communication (influence, relations presse, relations investisseurs, affaires publiques, communication de crise, communication digitale...) dans tous les moments clés de la vie de l'entreprise, en France et à l'international.

Dirigé par Nicolas Castex, le bureau parisien compte 20 collaborateurs.

Contact presse France  
Camille Helly  
+33 (0)1 53 32 78 92  
[camillehelly@citigate.fr](mailto:camillehelly@citigate.fr)