


TENDANCE

Le réveil des conseils d'administration

Face aux risques potentiels croissants et aux évolutions juridiques, les administrateurs veulent s'impliquer davantage dans la communication financière.

CEN'EST PAS une révolution, mais l'évolution est certaine. Alors qu'il y a deux ans, les conseils d'administration ne souhaitaient pas s'impliquer dans la communication financière des sociétés, ils sont aujourd'hui de plus en plus nombreux à avoir envie d'y mettre le nez. Tel est, en tout cas, l'un des principaux enseignements de l'édition 2009 de l'étude sur le rôle des conseils d'administration et de surveillance en matière de communication financière lancée par Oratorio, société spécialisée en conseil en « com fi », **Burson Marsteller**, agence de conseil en relations publiques, et August & Debouzy, cabinet d'avocats d'affaires. Cette

étude, qui s'appuie sur un long questionnaire et des entretiens réalisés auprès d'une quinzaine d'administrateurs ou de présidents de sociétés, met donc en évidence une implication croissante des conseils d'administration. La crise économique et financière, l'évolution de l'environnement juridique, qui multiplie les risques potentiels reposant sur les conseils, ont joué un rôle capital dans cette nouvelle motivation.

RÉVOLUTION CULTURELLE

« Reste que si l'envie est là, les conseils sont assez peu organisés pour passer à l'acte et se poser comme de réels challengers des directions générales en ma-

tière de « com fi », estime Didier Guigou, associé chez Oratorio. Primo parce que leur intérêt se focalise essentiellement sur les investisseurs institutionnels, secundo parce qu'il dispose d'assez peu d'indicateurs de performance de la communication financière. « De plus, le rôle des conseils est essentiellement axé sur les communiqués de presse présentant les résultats et les prévisions données au marché. En revanche, ils ne s'intéressent que très peu aux autres supports de la communication financière comme le rapport annuel et n'assistent que rarement aux événements financiers hormis l'assemblée générale », souligne Didier

Guigou. Bref, si l'implication des conseils va grandissant, il leur faut encore effectuer leur révolution culturelle pour devenir des acteurs à part entière de la communication financière...

R. M.

Quelques pistes pour mieux informer

1. **PROPOSER**, en complément du rapport annuel, un livret de synthèse afin de faciliter la digestion des données par toutes les cibles concernées : actionnaires individuels, salariés, analystes financiers, journalistes, etc.

2. **ÉDITER** deux types de documents, l'un faisant état de toutes les données chiffrées (la bible des analystes et journalistes), le second optant pour un traité plus magazine plus engageant en termes de lecture...

3. **PROPOSER** sur le site Internet des outils de recherche d'information plus ciblée.

La crise économique et financière explique en partie l'intérêt croissant des conseils d'administration pour la communication financière.

